

**STRATEGI PENERAPAN KONSEP HALALAN THAYYIBAN  
PADA RUMAH MAKAN WONG SOLO  
KOTA PALANGKA RAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menempuh ujian  
Munaqasyah dan untuk mendapatkan Gelar Sarjana**



Oleh:

**AHMAD DHEA SATRIA**  
NIM. 140 212 0287

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI PALANGKA RAYA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JURUSAN EKONOMI ISLAM PRODI EKONOMI SYARI'AH  
TAHUN 2018 M / 1439 H**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : STRATEGI PENERAPAN KONSEP HALALAN  
THAYYIBAN PADA RUMAH MAKAN WONG  
SOLO KOTA PALANGKA RAYA  
NAMA : AHMAD DHEA SATRIA  
NIM : 1402120287  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JURUSAN : EKONOMI ISLAM  
PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH  
JENJANG : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya, Juli 2018

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II



**Dra. Hj. Rahmaniar, M.Si**  
NIP. 195406301981032001




**SOFYAN HAKIM, M.M**  
NIDN. 2023018502

Mengetahui

Dekan Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi  
Ekonomi Syariah



**Dra. Hj. Rahmaniar, M.Si**  
NIP. 195406301981032001



**Ali Sadikin, M.Si**  
NIP. 197402011999031002



## NOTA DINAS

Hal : **Mohon Diuji Skripsi**  
**Saudara Ahmad Dhea Satria**

Palangka Raya, Juli 2018

Kepada  
Yth, Ketua Panitia Ujian Skripsi  
**IAIN Palangka Raya**  
Di-  
Palangka Raya

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya,  
maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara :

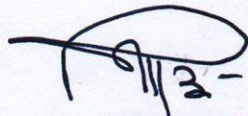
Nama : Ahmad Dhea Satria

NIM : 1402120287

Judul : **STRATEGI PENERAPAN KONSEP HALALAN  
THAYYIBAN PADA RUMAH MAKAN WONG  
SOLO KOTA PALANGKA RAYA**

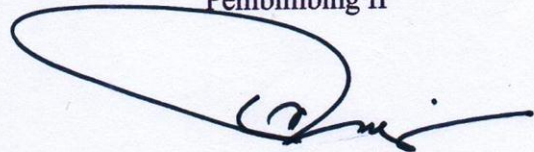
Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada  
program studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.  
Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.  
*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Pembimbing I.



**Dra. Hj. Rahmaniar, M.SI**  
**NIP. 195406301981032001**

Pembimbing II



**SOFYAN HAKIM, M.M**  
**NIDN. 2023018502**



## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “STRATEGI PENERAPAN KONSEP HALALAN THAYYIBAN PADA RUMAH MAKAN WONG SOLO KOTA PALANGKA RAYA” oleh Ahmad Dhea Satria NIM : 1402120287 telah dimunaqasyahkan Tim Munaqasyah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya Pada :

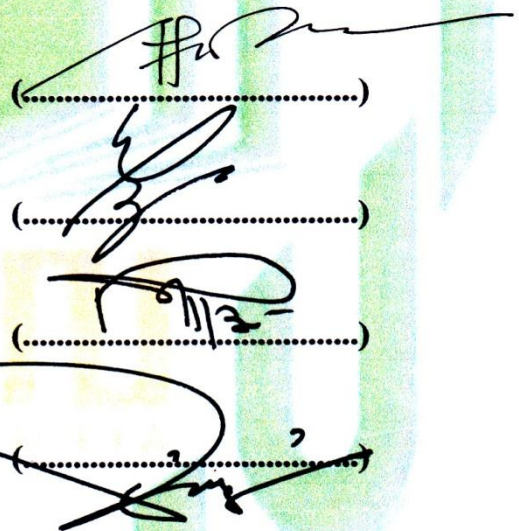
Hari : Kamis

Tanggal : 20 Dzul-Qaidah 1439 H/2 Agustus 2018

Palangka Raya, 2 Agustus 2018

### Tim Penguji

1. Ali Sadikin, M.SI  
Ketua Sidang
2. Enriko Tedja Sukmana, M.SI  
Penguji I
3. Dra. Hj. Rahmaniar, M.SI  
Penguji II
4. Sofyan Hakim, MM  
Sekretaris Sidang



(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

Dekan Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam



Dra. Hj. Rahmaniar, M.SI

NIP. 195406301981032

# **STRATEGI PENERAPAN KONSEP HALALAN THAYYIBAN PADA RUMAH MAKAN WONG SOLO KOTA PALANGKA RAYA ABSTRAK**

**Oleh AHMAD DHEA SATRIA**

Fenomena perkembangan bisnis sekarang telah berkembang sangat pesat. Seorang pelaku usaha bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan konsumen. Tidak terkecuali usaha dalam penyajian makanan dan minuman yang mulai dari skala kecil hingga skala yang besar. Rumah makan Wong Solo merupakan salah satu warung makan yang menggunakan motto Halalan Thayyiban, artinya makanan yang disajikan berasal dari bahan-bahan yang halal dan diproses dengan memperhatikan hukum-hukum dalam agama Islam.

Rumusan masalah: (1) Bagaimana Penerapan konsep Halalan Thayyiban pada Rumah Makan Wong Solo ? (2) Bagaimana tingkat Kepuasan Konsumen terhadap penerapan Label Halalan Thayyiban pada Rumah Makan Wong Solo ?. Tujuan Penelitian: (1) Untuk mengetahui Penerapan konsep Halalan Thayyiban Rumah Makan Wong Solo. (2) Untuk mengetahui tingkat Kepuasan Konsumen terhadap penerapan Label Halalan Thayyiban pada Rumah Makan Wong Solo.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, penelitian dilakukan selama 2 bulan bertempat di Rumah makan Wong Solo kota Palangka Raya, peneliti berusaha memahami fenomena sosial dengan membedakan, membandingkan, meniru, mengkatalogkan, dan mengelompokkan objek studi. Peneliti memasuki dunia subjek dan melakukan interaksi terus menerus dengan subjek, dan mencari sudut pandang subjek. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah manajemen Wong Solo dan para konsumen rumah makan Wong Solo. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah (1) Observasi, (2) Wawancara, (3) Dokumentasi. Penelitian ini menggunakan pengabsahan data dengan (1) triangulasi dengan sumber, (2) triangulasi dengan metode, (3) triangulasi dengan teori. Adapun teknik pengambilan data yang digunakan oleh peneliti adalah (1) *Data Collection*, (2) *Data Reduction*, (3), *Data Display*.

Hasil penelitian ini (1) Penerapan konsep Halalan Thayyiban yang diterapkan oleh Rumah makan Wong Solo merupakan suatu strategi khusus yang digunakan untuk menarik minat konsumen agar datang membeli produk Rumah makan Wong Solo. Label Halalan Thayyiban sebagai strategi pemasaran bukan hanya sekedar tulisan terpampang tetapi juga kepada praktik penerapannya, baik untuk pemilik, karyawan, maupun kepada seluruh konsumen. (2) Penerapan konsep Halalan Thayyiban yang diterapkan mendapat tanggapan positif dari para konsumen. Mengingat Rumah makan Wong Solo tidak hanya menjadikan konsep Halalan Thayyiban sebagai slogan penarik minat konsumen, tetapi juga sebagai slogan dalam kehidupan.

Kata Kunci: Strategi, Penerapan, *Halalan Thayyiban*

# **THE APPLICATION STRATEGY OF HALALAN THAYYIBAN CONCEPT AT WONG SOLO RESTAURANT IN PALANGKA RAYA ABSTRACT**

**BY AHMAD DHEA SATRIA**

Nowadays, the business development phenomenon is developing rapidly. The businessman should be sensitive to all the changes and put all the orientations to the consumer satisfaction. It includes the restaurant from small scale to big scale. Wong Solo Restaurant is one of the restaurant which uses the motto of 'Halal Tayyiban', which means food is served from the good or halal ingredients and prossesed with Islamic perspectives.

Research questions: (1) How does the application of Halalan Thayyiban concept at Wong Solo Restaurant? (2) How does the level of consumer satisfaction to the application of Halalan Thayyiban label at Wong Solo Restaurant? Research objectives: (1) To know the application of Halalan Thayyiban concept at Wong Solo Restaurant. (2) To know the level of consumer satisfaction to the application of Halalan Thayyiban label at Wong Solo Restaurant.

This research is qualitative descriptive research in which this research was conducted for two months at Wong Solo Restaurant. The researcher attempts to understand the social phenomenon by distinguish, compare, imitate, make a catalogue, and collect the study objects. The researcher enters to the subjek world, does the interaction continuously, and looks for the subjek viewpoints. As for the subject in this study is the wong solo management and the costumers of the wong solo restaurant. The technique of data collecting which is used by the researcher are (1) observation, (2) interview, (3) documentation. This research uses the data approval with (1) data collection, (2) data reduction, (3) data display.

The results of this research are (1) The application of Halalan Thayyiban concept which is applied by Wong Solo Restaurant is a special strategy that is used to attract the consumers in order to buy the product of Wong Solo Restaurant. The Halalan Thayyiban label as the marketing strategy is not only the advertisement but also on its application practices, either to the owner and employees, or to all the consumers. (2) The application of Halalan Thayyiban concept which is applied by Wong Solo Restaurant gets a positive response from the consumers. The Wong Solo Restaurant is not only creating Halalan Thayyiban concept as a slogan to attract the consumers, but also as a slogan in life.

*Keywords: strategy, application, Halalan Thayyiban*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. karena hanya rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menempuh ujian skripsi pada program Sarjana Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya. Skripsi ini berjudul “Strategi Penerapan Konsep Halalan Thayyiban pada Rumah Makan Wong Solo Kota Palangka Raya”.

Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, kepada keluarga, para kerabat dan para sahabatnya yang telah membawa kita dari zaman Jahiliyah menuju zaman Islamiyah. Semoga kita semua termasuk golongan umatnya yang senantiasa mengamalkan sunnahnya dan mendapatkan syafaatnya di hari kiamat kelak. Aamiin. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui penerapan konsep Halalan Thayyiban yang diterapkan Rumah makan Wong Solo;
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap penerapan label Halalan Thayyiban pada Rumah makan Wong solo.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan, baik dari segi penulisan, isi, dan bahasa. Karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca sangat penulis harapkan untuk perbaikan skripsi ini pada masa yang akan datang. Berbagai hambatan dan kesulitan penulis temukan dalam menyelesaikan skripsi ini. Akan tetapi, berkat bimbingan dan petunjuk juga bantuan dari berbagai pihak,

skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada berbagai pihak, antara lain sebagai berikut:

1. Yth. Bapak Dr. Ibnu Elmi A.S Pelu, SH, MH, selaku rektor IAIN Palangka Raya yang telah memberikan motivasi.
2. Yth. Ibu DEKAN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.
3. Yth. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan bimbingan dan pengajaran kepada kami.
4. Kepada seluruh rekan- rekan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak berjasa dan memberikan dukungan dan do'a kepada saya.
5. Kepada Yth. Dra Hj. Rahmaniar, M.SI sebagai Pembimbing 1, yang telah memberikan banyak masukan dan arahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Kepada Yth. Bapak Sofyan Hakim, M.M sebagai Pembimbing 2, yang tidak pernah bosan dalam memberikan masukan dan bimbingan demi terselesaikannya skripsi ini.
7. Kepada orang tua saya, Bapak Abdul Gafar dan Ibu Siti Saidah yang selalu mendo'akan dan memberikan mendukung sehingga terselesaikannya skripsi ini dan tidak pernah bosan mendukung saya. Demikian juga untuk semua keluarga saya yang selalu memberikan motivasi dan dukungan selama ini.



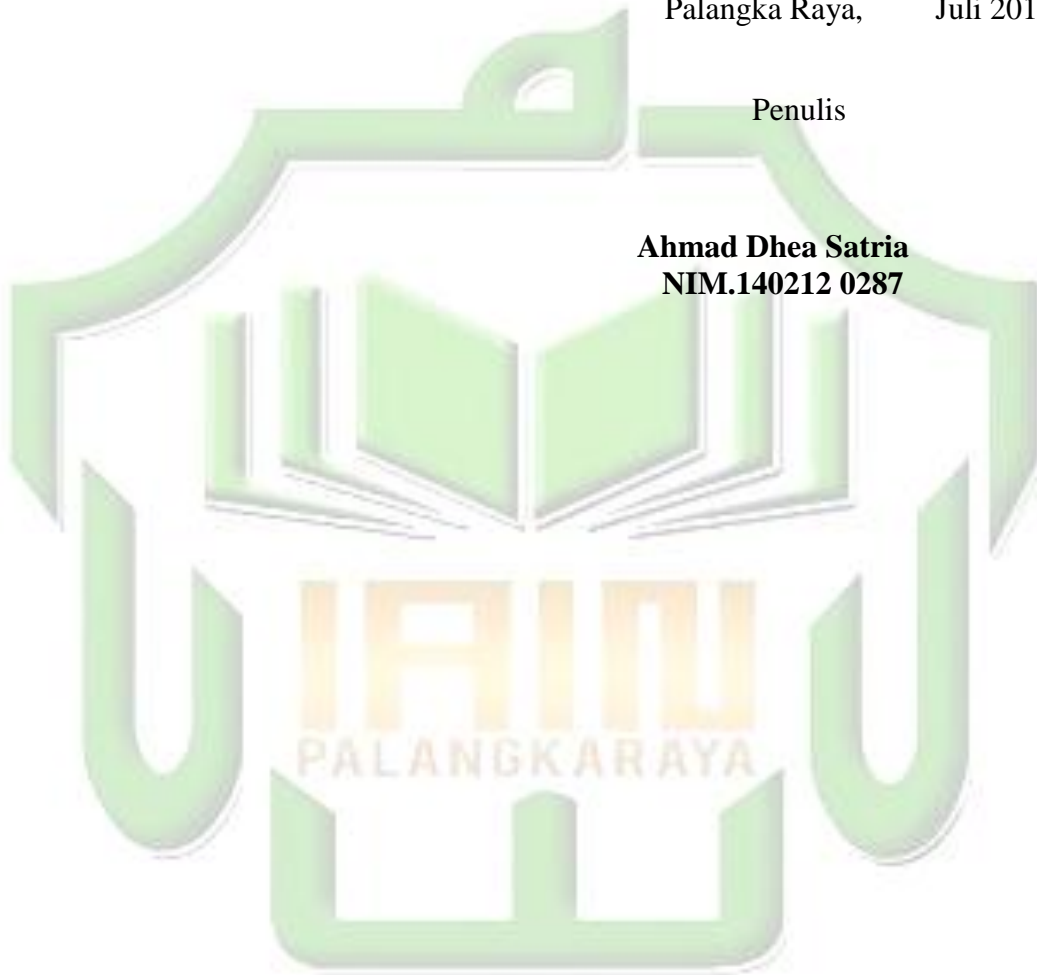
Seluruh amal baik tersebut sangatlah besar artinya bagi penulis dan sungguh tidak ternilai harganya. Semoga Allah SWT, membalas budi baik tersebut dengan pahala yang berlipat ganda. Aamiin

Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca pada umumnya dan bagi penulis khususnya. Aamiin.

Palangka Raya,      Juli 2018

Penulis

**Ahmad Dhea Satria**  
**NIM.140212 0287**



## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“STRATEGI PENERAPAN KONSEP HALALAN THAYYIBAN PADA RUMAH MAKAN WONG SOLO KOTA PALANGKA RAYA”** adalah benar karya saya sendiri dan bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran maka saya siap menanggung risiko atau sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, Juli 2018

Penulis



Amad Dhea Satria  
NIM. 1402120287

## MOTTO

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ

لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”. (Q.S al-Baqarah 2: 168)





## PERSEMBAHAN

*Bismillahirrohmaanirrohiim...*

*"Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu Sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar" (Al-Baqarah: 153)*

*Segala puji dan syukur kupersembahkan bagi sang penggendang langit dan bumi, dengan rahman rahim yang menghampar melebihi luasnya angkasa raya. Dzat yang menganugerahkan kedamaian bagi jiwa-jiwa yang senantiasa merindu akan kemaha besaran-Nya.*

*Lantunan sholawat beriring salam penggugah hati dan jiwa, menjadi persembahan penuh kerinduan pada sang revolusioner Islam, pembangun peradaban manusia yang beradab Habibana wanabiyana Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wasallam...*

*Yang pertama saya persembahkan tugas terakhir saya sebagai mahasiswa kepada orang yang sangat saya cintai yang sudah sabar membimbing dan membesarkan dari kecil yaitu ayah dan ibu, kasih saya yang tidak ada habisnya sehingga anak pertamanya ini dapat menyelesaikan skripsi ini, kata-kata ayah yang selalu ku ingat "tuntutlah ilmu setinggi-tinggi nya karena abah ingin melihat kamu kaya orang" kata tersebut membuat merasa jika tidak seperti yang beliau inginkan. Dan untuk adikku yang juga ikut mendukung sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan. Serta seluruh keluarga besar kake, nene yang selalu memberiku wejangan setiap kali bertemu dan wejangan yang selalu dikatakan "terus sekolah jadi orang pintar" kata tersebut sangat menyentuh sehingga membakar semangat untuk belajar.*

*Tak lupa, sahabat dan teman seperjuangan yang tidak mungkin disebutkan satu persatu (teman-teman program studi Ekonomi Syari'ah angkatan 2014 kelas A), perkuliahan tidak akan menyenangkan jika tanpa kalian, tidak ada yang akan dikenang, dan tidak ada yang diceritakan pada masa depan. Ku ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.*

*Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala selalu meridhoi kita semu.*

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut daftar huruf Arab tersebut dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	t	Te
ث	Śa	Ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	Er
ز	Zai	z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	....‘.....	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	...'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### 1. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
---	Fathah	A	A
---	Kasroh	I	I
---	Dhommah	U	U

Contoh:

كَتَبَ : kataba

يَذْهَبُ : yazhabu

ذُكِرَ : zukira

سُئِلَ : su'ila

### 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
يْ --	Fathah dan ya	Ai	a dan i
وْ --	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

هَؤُلَ : haula



### C. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ-ا-آ-ى	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
إ-ي-ي	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و-و-و	Dhommah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ : qāla  
رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla  
يَقُولُ : yaqūlu

### D. Ta Marbuṭah

Transliterasi untuk *ta marbuṭah* ada dua, yaitu:

#### 1. Ta Marbuṭah hidup

*Ta marbuṭah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan damah, transliterasinya adalah /t/.

#### 2. Ta Marbuṭah mati

*Ta marbuṭah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbuṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbuṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : rauḍah al-aṭfāl  
rauḍatul-aṭfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : al-Madīnah al-Munawwarah  
al-Madīnatul-Munawwarah

### E. Syaddah (Tasydid)

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *Syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu:

Contoh:

رَبَّنَا : rabbanā  
الْبِرَّ : al-birr

نَزَّلَ : nazzala  
الْحَجَّ : al-h}ajju

### F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال. Namun, dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *Syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *Qamariah*.

#### 1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *Syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *Syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

#### 2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *Qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *Qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik yang diikuti huruf *Syamsiah* maupun huruf *Qamariah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung/hubung.

Contoh:

الرَّجُلُ : ar-rajulu

الْقَلَمُ : al-qalamu

### G. Hamzah ( ء )

Telah dinyatakan di atas di dalam Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ( ء ) ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila *hamzah* ( ء ) itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

*Hamzah* di awal:

أَمِرْتُ : umirtu

أَكَلَ : akala

*Hamzah* di tengah:

تَأْخُذُونَ : ta'khuzūna

تَأْكُلُونَ : ta'kulūna

*Hamzah* di akhir:

شَيْءٌ : syai'un

النَّوْءُ : an-nau'u

## H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasinya ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

Contoh:

فَاَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ : Fa aufū al-kaila wa al-mīzāna  
Fa aufūl-kaila wal-mīzāna

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا : Bismillāhi majrēhā wa mursāhā

## I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasinya ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri



itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ : Wa mā Muḥammadun illā rasūl  
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ : Syahru Ramaḍāna al-laẓī unẓila fīhi al-Qurʻanu

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ : Naṣrum minallāhi wa faṭḥun qarīb  
لِلَّهِ : Lillāhi al-amru jamīʻan  
الْأَمْرُ جَمِيعًا : Lillāhi amru jamīʻan

Sumber : Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Skripsi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Palangka Raya*, Palangka Raya: STAIN Palangka Raya Press, 2007.

## DAFTAR ISI

<b>SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>xi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>xii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penulisan.....	4
D. Manfaat Penulisan.....	5
E. Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	7
B. Deskriptif Teoritis .....	11
1. Konsep Strategi pemasaran .....	11

2. Pengertian Penerapan .....	18
3. Makanan Halal dan Haram.....	19
4. Kartegori Thayyiban .....	29
5. Kepuasan Konsumen.....	32
6. Pengertian Dampak .....	37
C. Kerangka Berpikir dan Pertanyaan Penelitian .....	39
1. Kerangka Berpikir .....	39
2. Pertanyaan Penelitian .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	42
B. Pendekatan Penelitian .....	43
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	43
1. Subjek Penelitian.....	43
2. Objek Penelitian .....	44
D. Teknik Pengumpulan Data.....	44
1. Observasi (pengamatan) .....	44
2. Wawancara ( <i>interview</i> ) .....	45
3. Dokumentasi.....	46
E. Pengabsahan Data .....	47
F. Teknik Analisis Data.....	48
1. <i>Data Collection</i> (Pengumpulan Data).....	49
2. <i>Data Reduction</i> (Reduksi Data) .....	50
3. <i>Data Display</i> (Penyajian Data) .....	51
4. Conclusion Drawing/Verification .....	52



<b>BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>54</b>
A . Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	54
1. Kota Palangka Raya .....	54
2. Rumah Makan Wong Solo Kota Palangka Raya .....	64
B. Penyajian Data Strategi Penerapan Konsep Halalan Thayyiban pada Rumah Makan Wong Solo Kota Palangka Raya .....	68
1. Penerapan Konsep Halalan Thayyiban pada Rumah Makan Wong Solo.....	68
2. Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap penerapan Label Halalan Thayyiban pada Rumah Makan Wong Solo. ....	77
C. Analisis Data.....	102
1. Penerapan Konsep Halalan Thayyiban pada Rumah Makan Wong Solo.....	102
2. Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap penerapan Label Halalan Thayyiban pada Rumah Makan Wong Solo. ....	110
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>114</b>
A. Kesimpulan .....	114
B. Saran . ....	114
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>116</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin .....	62
Tabel 4.2 Jumlah Penduduk Menurut Agama.....	63



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Fenomena perkembangan bisnis sekarang telah berkembang sangat pesat. Seorang pelaku usaha bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan konsumen. Tidak terkecuali usaha dalam penyajian makanan dan minuman yang mulai dari skala kecil hingga skala yang besar.

Semakin berkembangnya usaha *food service* ini seringkali dikaitkan dengan mobilitas masyarakat yang semakin meninggi. Hal ini dihubungkan dengan pekerja atau seseorang yang mempunyai aktivitas diluar rumah yang mencari sesuatu yang secara praktis dan instan dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Salah satu cara mereka memenuhi kebutuhannya yaitu dengan mencari makanan dan minuman di luar rumah. Sehingga dapat dikatakan kebiasaan makan dan minum di luar rumah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat modern yang fungsinya semakin bertambah luas dari fungsi utamanya.

Setiap muslim meyakini bahwa Islam adalah agama yang membawa petunjuk bagi manusia serta memberi kesejahteraan bagi manusia di dunia maupun di akhirat. Petunjuk-petunjuk tersebut umumnya bersifat global, sehingga tidak pada tempatnya menuntut dari sumber ajaran Islam yaitu Al-

Qur'an dan Hadist tentang petunjuk-petunjuk praktis dan terperinci yang menyangkut berbagai aspek kehidupan.

Para ulama Islam sepakat bahwa ajaran agama Islam bertujuan untuk memelihara lima hal pokok yaitu: agama, jiwa, akal, kehormatan dan kesehatan. Setiap usaha yang mendukung tercapainya salah satu diantara tujuan tersebut walaupun belum ditemukan dalam kitab suci al-Qur'an dan al-Sunnah, mendapat dukungan penuh dari ajaran Islam.

Kesehatan seseorang, adalah merupakan kewajiban setiap orang untuk memeliharanya, kehidupan yang sehat jasmani merupakan modal utama untuk bisa melaksanakan pegabdian yang terbaik kepada Allah SWT, selaku hamba Allah maupun insan sosial, guna memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Kehidupan yang sehat jasmani dan rohani tersebut bisa diwujudkan antara lain dengan memanfaatkan secara optimal hasil ciptaan Allah SWT berupa buah-buahan dan sayuran alam sebagai konsumsi tubuh, sekaligus penyembuh dan pengembali kondisi serta energi untuk beramal shaleh.

Berkaitan dengan makanan, al-Qur'an mensyaratkan bahwa makanan yang dikonsumsi mesti memenuhi dua syarat yaitu: "halal" dan "baik". Sebagaimana firman-Nya "Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari



apa yang Allah rezekikan kepadmu dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya”. (QS al-Maidah ayat 88).<sup>1</sup>

Makanan yang diciptakan Allah SWT dimuka bumi sangat bervariasi bentuknya, demikian juga dengan kadar gizi yang dikandungnya. Banyak makanan yang sederhana bentuknya, namun memiliki mutu gizi yang tinggi. Oleh karena itu perlu diperhatikan tatkala memilih makanan yang sehat dan bergizi tinggi tanpa harus terkecoh dengan bentuk atau kemasan yang bagus tetapi tidak memiliki kandungan gizi, apalagi sampai tidak memenuhi kriteria makanan halal dan baik.

Kehalalan makanan persyaratan mutlak bagi setiap muslim dalam mengonsumsi makanan, begitu pula sebaliknya keharaman makanan persyaratan mutlak bagi setiap muslim untuk tidak mengkonsumsinya. Dikarenakan makanan yang haram akan berdampak negatif pada mental manusia.

Rumah makan Wong Solo merupakan salah satu warung makan yang menggunakan motto Halalan Thayyiban, artinya makanan yang disajikan berasal dari bahan-bahan yang halal dan diproses dengan memperhatikan hukum-hukum dalam agama Islam.

Rumah Makan Wong Solo mengarah pada konsumen langsung yang dapat merasakan kepuasan atas produk yang mereka dapatkan. Penetapan segmentasi pasar membantu pengusaha rumah makan dan restoran menetapkan strategi yang tepat agar mampu menarik perhatian para konsumen. Dengan

---

<sup>1</sup>Kementrian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang Disempurnakan) Jilid III, Jakarta: Lentera Abadi, 2010.

strategi pemasaran yang disesuaikan dengan segmen pasar yang dituju, diharapkan dapat memperoleh keuntungan yang maksimal.

Didalam pelayanannya, rumah makan Wong Solo menerapkan *total service* yaitu melayani konsumen sebagai “Raja”. Semua pelayanan mulai dari pemesanan hingga kepada pembayaran dilakukan oleh karyawan. Target dari rumah makan Wong Solo yaitu golongan kelas menengah kebawah dengan menu khas Tradisional.<sup>2</sup>

Berdasarkan latar belakang diatas calon peneliti tertarik untuk mengangkat tema penelitian dengan judul: **“STRATEGI PENERAPAN KONSEP HALALAN THAYYIBAN PADA RUMAH MAKAN WONG SOLO KOTA PALANGKA RAYA”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Sehubungan dengan latar belakang di atas, maka perumusan masalah yang di bahas dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Penerapan konsep Halalan Thayyiban pada Rumah Makan Wong Solo ?
2. Bagaimana tanggapan Konsumen terhadap penerapan Label Halalan Thayyiban pada Rumah Makan Wong Solo ?

## **C. Tujuan Penulisan**

Dengan latar belakang dan rumusan yang dipaparkan di atas maka penelitian ini bertujuan untuk :

---

<sup>2</sup>Observasi terhadap Manajer Wong Solo cab Palangka Raya di Palangka Raya 10 Januari 2018.

1. Untuk mengetahui Penerapan konsep Halalan Thayyiban Rumah Makan Wong Solo.
2. Untuk mengetahui tanggapan Konsumen terhadap penerapan Label Halalan Thayyiban pada Rumah Makan Wong Solo.

#### **D. Manfaat Penulisan**

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai berikut:

1. Sebagai bahan informasi bagi Perusahaan terkait dalam tentang pandangan konsumen dengan Label Halalan Thayyiban.
2. Sebagai sarana untuk melatih dan menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diterima selama ini terutama dalam penelitian ilmiah.
3. Sebagai upaya melengkapi salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya.
4. Sebagai bahan informasi awal bagi penelitian berikutnya yang berminat melanjutkan penelitian ini.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Penulisan ini terbagi menjadi 5 bab, yang masing-masing adalah:

##### **Bab I Pendahuluan**

Bab ini berisi Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penelitian.

##### **Bab II Kajian Pustaka**

Dalam bab ini akan diuraikan beberapa teori yang dapat digunakan sebagai kerangka pemikiran teori atau landasan penelitian.

### Bab III Metodologi Penelitian

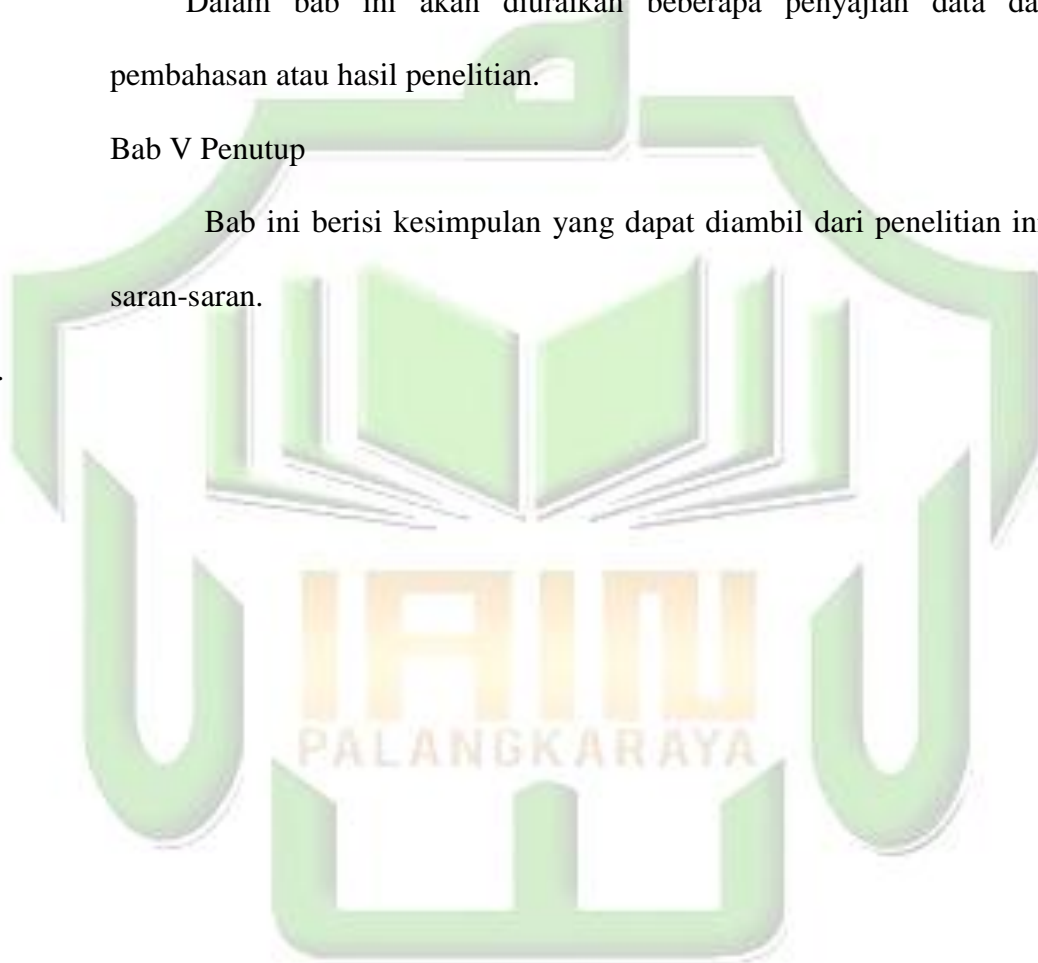
Bab ini menjelaskan tentang Lokasi dan Waktu Penelitian, Pendekatan Penelitian, Objek dan Subjek Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, dan Teknik Analisis Data.

### Bab IV Penyajian Data dan Pembahasan

Dalam bab ini akan diuraikan beberapa penyajian data dan pembahasan atau hasil penelitian.

### Bab V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini, saran-saran.





## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Pembahasan tentang Strategi telah menjadi perhatian luas bagi Pratama Adipriyono, Iskandar Mirza, Umi Dwi Pertiwi, strategi merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan. Berikut adalah hasil dari yang dilakukan peneliti terdahulu:

1. **Pratama Adipriyono** (2016) yang melakukan penelitian “*Strategi Manajemen peningkatan mutu prestasi non akademik siswa SDIT Harapan Bunda Purwokerto*”. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dan menggunakan pendekatan langsung artinya langsung datang kelokasi penelitian.

Adapun hasil penelitiannya Di sekolah tersebut Pratama Adipriyono mendapatkan strategi manajemen peningktatan mutu yang dilaksanakan dengan strategi mendatangkan guru professional dari luar sekolah. Sekolah juga menganggarkan dana tiap tahunnya untuk meningkatkan kinerja dan profesionalisme guru dan tenaga kependidikan, untuk fasilitas penunjang kegiatan non akademik selalu dicek dan dalam keadaan siap pakai, kepala sekolah melakukan pengawasan dan evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan non akademik.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup>Pratama Adipriyono. “Strategi Manajemen peningkatan mutu prestasi non akademik siswa SDIT Harapan Bunda Purwokerto”, Skripsi Sarjana, Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2016, h. II t.d.

2. **Iskandar Mirza** (2014) meneliti tentang *Strategi Manajemen Usaha Pedagang Makanan Orang Jawa di Makassar*. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif yaitu untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai setting sosial atau hubungan antara fenomena yang diteliti.

Hasil penelitiannya para pedagang makanan yang berasal dari Jawa ini merupakan para pendatang yang datang ke Makassar untuk mengadu nasib hanya sebagai pedagang. Mereka mempunyai pola kerja yang berbeda beda, peralatan kerja dan penampilannya begitu sederhana begitu pun tempat tinggal mereka. Ada berbagai jenis makanan yang diajakan, dan makanan yang diajakan ini memang berasal dari daerah mereka, hanya mereka yang tahu bahan dan cara pengolahan makanan makanan kecil tersebut. Sekilas makanan yang tidak begitu istimewa bagi orang awan tetapi disisi lain, begitu digandrungi oleh anak anak dan para ibu ibu. Dari hasil makanan inilah mereka mampu bertahan. sistem Manajemen mereka merupakan suatu sistem yang begitu sederhana. Sistem yang telah mengubah hidup mereka. Kerja sama dan semangat yang baik mampu merubah pola hidup mereka. Dari hasil menjajakan makanan ini juga ia biasa gunakan untuk biaya kedua orang tua mereka di Jawa, tanpa diduga mereka juga mampu membeli kendaraan pribadi. Suatu kerja keras dan

kesabaran yang kuatlah mereka mampu hidup yang baik ditengah tengah masyarakat Makassar ini.<sup>4</sup>

3. **Umi Dwi Pertiwi** (2014) meneliti tentang *Strategi Manajemen Penyiaran Tvku Semarang Sebagai Televisi Pendidikan Alternatif*. Metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini berupaya untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang strategi manajemen pada TVKU sebagai televisi pendidikan.

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa strategi manajemen yang dilakukan TVKU meliputi 3 pilar, yang pertama Strategi program yang meliputi perencanaan program, produksi dan kerjasama program, eksekusi program, pengawasan dan evaluasi program. Pilar kedua pemasaran program, pilar ketiga yaitu teknik penyiaran. TVKU sebagai televisi pendidikan alternatif untuk mempertahankan eksistensi dan memperbaiki kondisinya, TVKU menjalankan berbagai strategi, diantaranya perencanaan program, kerjasama dengan pihak lain (PUSTEKOM, Pemerintah, VOA) juga bersinergi dengan Suara Merdeka. Sumber pendapatan TVKU melalui iklan (iklan komersial dan Iklan Layanan Masyarakat), menjual slot time, menayangkan talkshow atas permintaan suatu perusahaan, dan menjadi divisi production house (PH). Content Pendidikan menjadi keunggulan bersaing TVKU untuk tetap bertahan sampai saat ini.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup>Iskandar M irza. “Strategi Manajemen Usaha Pedagang Makanan Orang Jawa di Makassar”, Skripsi Sarjana, Makassar: Universitas Hasanuddin, 2014, h. 4, t.d.

<sup>5</sup>Umi Dwi Pertiwi. “Strategi Manajemen Penyiaran Tvku Semarang Sebagai Televisi Pendidikan Alternatif”, Skripsi Sarjana, Surakarta: Institut Seni Indonesia, 2014, h. VI, t.d.

Sedangkan peneliti melakukan penelitian tentang *Strategi Penerapan Konsep Halalan Thayyiban*. Adapun persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu: sama-sama meneliti tentang strategi yang dilakukan oleh subjek penelitian dan perbedaannya dengan penelitian terdahulu adalah tempat atau objek dari penelitian, peneliti melakukan penelitian di rumah makan Wong Solo kota Palangka Raya sedangkan penelitian terdahulu melakukan penelitian di tempat yang berbeda. Berikut adalah tabel penelitian terdahulu:

**Tabel. 2.1 Penelitian terdahulu**

No	Nama	Indikator		
		Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	<b>Pratama Adipriyono (2016)</b>	Strategi Manajemen peningkatan mutu prestasi non akademik siswa SDIT Harapan Bunda Purwokerto	Keterkaitan dengan penelitian yang peneliti lakukan terletak pada variabel strategi.	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Pratama Adipriyono dengan peneliti terletak pada variabel tempat, objek dan subjek penelitian.
		Strategi Manajemen Usaha Pedagang Makanan	Keterkaitan dengan penelitian yang peneliti lakukan terletak pada	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Iskandar Mirza dengan peneliti



2.	<b>Iskandar Mirza (2014)</b>	Orang Jawa di Makassar	variabel strategi.	terletak pada variabel tempat, objek dan subjek penelitian.
3.	<b>Umi Dwi Pertiwi (2014)</b>	strategi manajemen penyiaran tvku sebagai televisi pendidikan alternatif	Keterkaitan dengan penelitian yang peneliti lakukan terletak pada variabel strategi.	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Umi Dwi Pertiwi dengan peneliti terletak pada variabel objek dan subjek penelitiannya.

Sumber: Dibuat oleh peneliti tahun 2018

## B. Deskriptif Teoritis

### 1. Konsep Strategi pemasaran

#### a. Pengertian Strategi

Strategi merupakan hal penting bagi kelangsungan hidup dari suatu perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan perusahaan yang efektif dan efisien, perusahaan harus bisa menghadapi setiap masalah-masalah atau hambatan yang datang dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan.

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan, dalam pengembangannya konsep mengenai strategi harus terus memiliki perkembangan dan setiap orang mempunyai pendapat atau definisi yang berbeda mengenai strategi. Strategi dalam suatu dunia bisnis atau usaha sangatlah di butuhkan untuk pencapaian visi dan misi yang sudah di

terapkan oleh perusahaan, maupun untuk pencapaian sasaran atau tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang.

Terdapat beberapa macam pengertian strategi dari para ahli, sebagai berikut:

Menurut David Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau joint venture. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Jadi strategi adalah sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Tjiptono istilah strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategia* yang artinya seni atau ilmu untuk menjadiseorang jenderal. Strategi juga bisa diartikan suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer pada daerah – daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.

Sedangkan Menurut Pearce II dan Robinson, strategi adalah rencana berskala besar, dengan orientasi masa depan, guna berinteraksi dengan kondisi persaingan untuk mencapai tujuan

Perusahaan.<sup>6</sup> dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah sebuah tindakan perencanaan untuk mencapai suatu tujuan.

#### **b. Pengertian Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik secara implisit maupun eksplisit) mengenai bagaimana suatu merek atau produk mencapai tujuannya. Sementara itu, Tull dan Kahle mendefinisikan strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang di masuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, *positioning*, elemen bauran pemasaran, dan biaya bauran pemasaran. Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi.

Dalam merumuskan strategi pemasaran dibutuhkan pendekatan-pendekatan analitis. Kemampuan strategi pemasaran suatu perusahaan untuk menanggapi setiap perubahan kondisi pasar dan faktor biaya tergantung pada analisis terhadap faktor-faktor sebagai berikut:

##### **1) Faktor Lingkungan**

---

<sup>6</sup><http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2013-1-00190-MN%20Bab2001.pdf>, Definisi strategi, h. 1. Diakses pada pukul 15.00, tanggal 04 Juli 2018.

Analisis terhadap faktor lingkungan seperti pertumbuhan polulasi dan peraturan pemerintah sangat penting untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkannya pada bisnis perusahaan. Selain itu faktor-faktor seperti perkembangan teknologi, tingkat inflasi, dan gaya hidup juga tidak boleh diabaikan. Hal-hal tersebut merupakan faktor lingkungan yang harus dipertimbangkan sesuai dengan produk dan pasar perusahaan.

## 2) Faktor pasar

Setiap perusahaan perlu selalu memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor seperti ukuran pasar, tingkat pertumbuhan, tahap pengembangan, trend dalam sistem distribusi, pola perilaku pembeli, permintaan musiman, segmen pasar yang ada saat ini atau yang dapat dikembangkan lagi, dan peluang-peluang yang belum terpenuhi.

## 3) Persaingan

Dalam kaitannya dengan persaingan, setiap perusahaan perlu memahami siapa pesaingnya, bagaimana posisi produk/pasar pesaing tersebut, apa strategi mereka, kekuatan dan kelemahan pesaing, struktur biaya pesaing, dan kapasitas produksi para pesaing.

## 4) Analisis Kemampuan Internal

Setiap perusahaan perlu menilai kekuatan dan kelemahannya dibandingkan para pesaingnya. Penilaian tersebut dapat didasarkan pada faktor-faktor seperti teknologi, sumber daya finansial, kemampuan pemanufakturan, kekuatan pemasaran, dan basis pelanggan yang dimiliki.

#### 5) Perilaku konsumen

Perilaku konsumen perlu dipantau dan dianalisis karena hal ini sangat bermanfaat bagi pengembangan produk, desain produk, penetapan harga, pemilihan saluran distribusi, dan penentuan strategi promosi. Analisis perilaku konsumen dapat dilakukan dengan penelitian (riset pasar), baik melalui observasi maupun metode survei.

#### 6) Analisis Ekonomi

Dalam analisis ekonomi, perusahaan dapat memperkirakan pengaruh setiap peluang pemasaran terhadap kemungkinan mendapatkan laba. Analisis ekonomi terdiri atas analisis terhadap komitmen yang diperlukan, analisis BEP (*break even point*), penilaian risiko/laba, dan analisis faktor ekonomi pesaing.<sup>7</sup>

Jadi strategi pemasaran sebagai alat yang fundamental yang direncanakan oleh perusahaan untuk mencapai suatu tujuan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui

---

<sup>7</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*, Yogyakarta: Andi, 2008, h. 6-8.



pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani target pasaran tersebut.

**c. Konsep Bauran Pemasaran(*Marketing Mix*)**

Manajemen pemasaran dikelompokkan dalam empat aspek yang sering dikenal dengan marketing mix atau bauran pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong bauran pemasaran (marketing mix) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari empat kelompok variabel yang disebut “empat P”, yaitu:

1) *Product*/Produk

Produk berarti kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran. Elemen-elemen yang termasuk dalam bauran produk antara lain ragam produk, kualitas, design, fitur, nama merek, kemasan, serta layanan.

2) *Price*/Harga

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan dan membutuhkan waktu yang relatif singkat, sedangkan ciri-ciri produk, saluran distribusi, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu.

### 3) *Place/Tempat*

Tempat atau saluran pemasaran meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Saluran distribusi adalah rangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran distribusi dapat didefinisikan sebagai himpunan perusahaan dan perorangan yang mengambil alih hak atau membantu dalam pengalihan hak atas barang atau jasa tertentu selama barang atau jasa tersebut berpindah dari produsen ke konsumen.

### 4) *Promotion/Promosi*

Promosi berarti aktivitas yang menyampaikan produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya. Definisi promosi menurut Kotler adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk mengomunikasikan manfaat dari produknya, membujuk, dan mengingatkan para konsumen sasaran agar membeli produk tersebut. Secara rinci tujuan promosi menurut Tjiptono adalah sebagai berikut:

- a) Menginformasikan
- b) Membujuk pelanggan sasaran

c) Mengingat.<sup>8</sup>

Jadi *Marketing Mix* adalah suatu kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang di padukan oleh perusahaan untuk mendapatkan respon yang diinginkan pada pasar sasaran. Bauran pemasaran juga terdiri empat kelompok yang namakan “4p” yaitu Produk, harga, tempat, dan promosi.

## 2. Pengertian Penerapan

Menurut J.S Badudu dan Sutan Mohammad Zain, penerapan adalah hal, cara atau hasil. Adapun menurut Lukman Ali, penerapan adalah mempraktekkan, memasang. Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa penerapan merupakan sebuah tindakan yang dilakukan baik secara individu maupun kelompok dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan. Adapun unsur-unsur penerapan meliputi :

1. Adanya program yang dilaksanakan
2. Adanya kelompok target, yaitu masyarakat yang menjadi sasaran dan diharapkan akan menerima manfaat dari program tersebut.
3. Adanya pelaksanaan, baik organisasi atau perorangan yang bertanggung jawab dalam pengelolaan, pelaksanaan maupun pengawasan dari proses penerapan tersebut.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup>Dimas Hendika, Zainul Arifin, Sunarti, Analisis Strategi Pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada batik diajeng Solo) Vol 29 No 1, Administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id, 2015, h. 61-62.

<sup>9</sup><http://eprints.uny.ac.id/9331/bab%202.08208241006>. Pdf, pengertian penerapan, h. 1. Diakses pada pukul 08.25, tanggal 29 Juni 2018.

Jadi, penerapan adalah hal, cara atau hasil dari sebuah tindakan yang dilakukan baik secara individu maupun kelompok untuk mencapai suatu tujuan.

### **3. Makanan Halal dan Haram**

#### **a. Prinsip Halal – Haram**

Fiqh Islam telah diakui sebagai terbentuk keilmuan yang paling mapan di antara keilmuan lain. Ilyas Bayunus menyinggung bahwa fiqh Islam terhadap ilmu sosial. Kehadiran fiqh telah menempatkan berbagai metodologi dan komentar yang digali dari ajaran Islam secara sempurna. Hal tersebut memungkinkan umat islam untuk bersikap akomodatif dan sangat *fleksibel* tanpa menanggalkan identitasnya sebagai muslim.

Perlu ditegaskan pula, bahwa sikap itu sama sekali tidak bisa menghilangkan sifat resistensinya terhadap nilai-nilai yang absurd dan tidak punya dasar dalam paham Islam. Fiqh tetap memiliki ketegasan dan kecendrungan terhadap Al-Quran, hadist, *ijmak* dan *qiyas*.

Dari logika inilah, cukup alasan untuk menggali sedalam dalamnya persoalan makanan dan panganan yang halal bagi umat Islam Indonesia. Bila ditilik dari kuantitas umat Islam di Indonesia Khususnya, maka analisa ini menjadi sangat penting karena bersentuhan langsung dengan kehidupan kaum muslimin sehari-hari.

Konteks ini, perlu ditegaskan tentang prinsip-prinsip yang berlaku dalam soal halal-haram. Prinsip halal-haram seyogyanya memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Pengertian halal-haram dan syubhat.
- 2) Kriteria halal-haram
- 3) Masalah-masalah yang berkaitan dengan halal-haram.<sup>10</sup>

#### b. Definisi Halal, Haram, dan Syubhat

Definisi halal-haram telah dijelaskan dalam Al-quran maupun hadist. Allah dan Rasul-Nya telah menjelaskan mengenai halal-haram ini dengan berbagai cara, baik merupakan prinsip definitif, prinsip umum, baik dengan secara terang-terangan, dengan samar-samar, berangsur-angsur ataupun dengan cara yang tegas. Semua metode tersebut memiliki hikmah dalam kehidupan manusia. Rasulullah Saw bersabda:

عَنْ أَبِي عَبْدِ اللَّهِ النُّعْمَانِ بْنِ بَشِيرٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: إِنَّ الْحَلَالَ بَيِّنٌ وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ وَبَيْنَهُمَا أُمُورٌ مُشْتَبِهَاتٌ لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ، فَمَنْ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ فَقَدْ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعَرْضِهِ، وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ وَقَعَ فِي الْحَرَامِ، كَالرَّاعِي يَرْعَى حَوْلَ الْحِمَى يُوشِكُ أَنْ يَرْتَعَ فِيهِ، أَلَا وَإِنَّ لِكُلِّ مَلِكٍ حِمًى أَلَا وَإِنَّ حِمَى اللَّهِ مَحَارِمُهُ أَلَا وَإِنَّ فِي الْجَسَدِ مُضْغَةً إِذَا صَلَحَتْ صَلَحَ الْجَسَدُ كُلُّهُ وَإِذَا فَسَدَتْ فَسَدَ الْجَسَدُ كُلُّهُ أَلَا وَهِيَ الْقَلْبُ (رواه البخاري ومسلم)

Artinya : "Dari Abu Abdillah Nu'man bin Basyir radhiallahuanhu dia berkata, Saya mendengar Rasulullah shallallahu`alaihi wa sallam bersabda, Sesungguhnya yang halal itu jelas dan yang haram itu jelas. Di antara keduanya terdapat perkara-perkara yang syubhat (samar-samar) yang tidak diketahui oleh orang banyak. Maka siapa yang takut terhadap syubhat berarti dia

<sup>10</sup>Hasbi Indra, Shalahuddin Hamid, Husnani, Musyafa Ullah ed, Halal Haram dalam Makanan, Jakarta: Penamadani, 2004, h. 29.



telah menyelamatkan agamanya dan kehormatannya. Dan siapa yang terjerumus dalam perkara syubhat, maka akan terjerumus dalam perkara yang diharamkan. Sebagaimana penggembala yang menggembalakan hewan gembalaannya di sekitar (ladang) yang dilarang untuk memasukinya, maka lambat laun dia akan memasukinya. Ketahuilah bahwa setiap raja memiliki larangan dan larangan Allah adalah apa yang Dia haramkan. Ketahuilah bahwa dalam diri ini terdapat segumpal daging, jika dia baik maka baiklah seluruh tubuh ini dan jika dia buruk, maka buruklah seluruh tubuh; ketahuilah bahwa dia adalah hati". (Riwayat Bukhari dan Muslim).<sup>11</sup>

Hadist ini memberikan gambaran kepada umat Islam tentang sikap kita terhadap halal-haram dan syubhat. Setidaknya ada empat sikap yang dilakukan. *Pertama*, jelas-jelas haram sikap dengan tegas sebagai perwujudan dari sifat wara' kelas satu. *Kedua*, samar-samar haram disikapi dengan meninggalkannya sebagai perwujudan dari sifat wara' kelas dua. *Ketiga*, dikhawatirkan jatuh dalam haram disikapi dengan meninggalkannya sebagai perwujudan dari sifat wara' kelas tiga. *Keempat*, tidak ada kemungkinan haram tetapi disikapi dengan meninggalkannya sebagai perwujudan sifat wara' tertinggi.

Halal adalah segala sesuatu yang dihalalkan Allah dan Rasul-Nya dalam Al-Quran maupun hadist baik dengan pernyataan tegas maupun dalam bentuk prinsip; yang diperintahkan Allah dan Rasul-Nya, tidak dilarang, tidak membahayakan, atau sesuatu yang didiamkan oleh Allah dan Rasul-Nya.

Haram adalah sesuatu yang diharamkan oleh Allah dan Rasul-Nya dalam Al-Quran maupun hadist baik dengan pernyataan secara tegas

---

<sup>11</sup>Abi Abdillah Muhammad bin Ismail Al-Bukhari, *Shohih Bukhrari Juz I*, Bairut: Darul Fiqri, 2006, h. 21.

maupun dalam bentuk prinsip; yang dilarang oleh Allah dan Rasul-Nya, tidak pernah dianjurkan, tidak pernah didiamkan oleh Allah dan Rasul-Nya.

Syubhat adalah segala sesuatu yang hukumnya tidak jelas, kabur, dekat dengan haram, atau mempunyai dua kemungkinan sehingga patut di tinggalkan dan dicegah.

Dalam konteks ini, fiqh membuka pintu ijtihad melalui *ijmak* dan *qiyas*. *Ijmak* adalah suatu bentuk ketetapan umum yang disepakati oleh para ulama dari berbagai mazhab menyangkut segala hal yang berkaitan dengan fiqh Islam dimana Al-Quran dan hadist tidak mencantumkan ketetapan hukum dan hanya memberikan prinsip-prinsip umum terhadap persoalan yang dihadapi. Sedangkan *Qiyas* adalah suatu bentuk analogi dari persoalan hukum dengan mengambil kiasan atau kesimpulan dari prinsip-prinsip hukum yang telah ada. Dengan dua pintu tersebut, telah memungkinkan *fleksibilitas* hukum Islam terhadap masalah-masalah kekinian yang dihadapi oleh umat Islam.<sup>12</sup> Dapat disimpulkan bahwa adalah segala sesuatu yang dihalalkan Allah dan Rasul-Nya dalam Al-Quran maupun hadist yang tidak dilarang, tidak membahayakan. Haram adalah sesuatu yang diharamkan oleh Allah dan Rasul-Nya dalam Al-Quran maupun hadist yang dilarang oleh Allah dan Rasul-Nya, tidak pernah dianjurkan, tidak pernah didiamkan oleh Allah dan Rasul-Nya. Sedangkan Syubhat adalah segala sesuatu yang hukumnya tidak jelas

---

<sup>12</sup>Hasbi Indra, Shalahuddin Hamid, Husnani, Musyafa Ullah ed, Halal Haram dalam Makanan, h. 31-32.

sehingga mendekat haram dan berkemungkinan dua sehingga patut untuk ditinggalkan.

### c. Kriteria Halal-Haram

Banyaknya perkara pangan dalam nash Islam itu menunjukkan bahwa umat Islam dituntut untuk amat sangat memperhatikan makanannya. Persoalan halal dan haram adalah perkara qath'iy atau absolut. Perintah untuk memperhatikan halal-haram dapat diketahui dari dalil-dalil naqli ayat-ayat Al-Quran maupun hadist di bawah ini. Allah berfirman:<sup>13</sup>

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”. (Q.S al-Baqarah 2: 168)<sup>14</sup>

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ﴿٨٨﴾

Artinya: “Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya”. (Q.S Al-Maidah 5: 88)

<sup>13</sup>Ibid, h. 33.

<sup>14</sup>Kementrian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang Disempurnakan) Jilid I, Jakarta: Lentera Abadi, 2010.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ ...



Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu kalian”.

(Q.S Al-Maidah 5: 87).

وَمَا لَكُمْ أَلَّا تَأْكُلُوا مِمَّا ذُكِرَ اسْمُ اللَّهِ عَلَيْهِ وَقَدْ فَصَّلَ

لَكُمْ ....

Artinya: “Dan mengapa kalian tidak memakan dengan menyebut nama Allah atasnya padahal telah dijelaskan kepada kamu sekalian”

.(Q.S al-An’am 6: 121).<sup>15</sup>

Setelah mengetahui nash-nash shorih di atas maka dapat disimpulkan tentang beberapa kriteria halal-haram dalam makanan di bawah ini.

Kartegori Halal bagi Minuman adlah semua minuman yang bermanfaat bagi manusia; seperti air, susu, madu, air kepala dan sebagainya, kecuali khamar (arak/alkohol), dan segala sesuatu yang memabukkan.

Kartegori Halal bagi Tumbuhan adalah semua tumbuhan yang bermanfaat bagi manusia; seperti sayur-sayuran, buah-buahan, kacang-kacangan, kecuali tumbuhan berbahaya; seperti yang beracun dan membuat sakit kepada manusia (papaver, opium, ganja, dll).

<sup>15</sup>Kementrian Agama Republik Indonesia, Al-Qur’an dan Tafsirnya (Edisi yang Disempurnakan) Jilid III: Lentera Abadi, 2010.

Kategori Halal bagi Binatang menurut syariah ialah yang termasuk dalam pengertian *babiimatul an'aam*; yaitu jenis binatang apapun selain binatang yang masuk dalam kategori haram. Menurut ulama Kontemporer mesir, Sayyid Sabiq, pengertian *babiimatul an'aam* ialah unta, sapi, kerbau, dan kambing liar atau dipelihara. Penulis menambahkan ayam termasuk dalam golongan ini.

Satu hal yang tidak kalah pentingnya adalah mengenai *dispensasi*. Sebab Islam adalah agama yang mulia benar-benar terpelihara dari kesalahan. Dispensasi ini diberikan kepada umat Islam terhadap segala jenis makanan, minuman, binatang dan segala sesuatu yang tidak ditetapkan hukumnya dalam Al-Quran, hadist, dan ijmak para ulama. Sedangkan yang masuk dalam kategori dispensasi menurut sunnah: ayam (HR Bukhari, Muslim Nasaie, dan Turmidi), kedelai (HR Bukhari, tetapi Malik menganggap makruh karena Al-Quran menjelaskan untuk dipakai sebagai kendaraan bukan untuk dimakan), Kedelai hutan, (H.R Bukhari, Muslim), biawak dan Kelinci (HR Bukhari Muslim), burung burung dan ikan.

Kategori Haram dijelaskan dalam Al-Quran maupun hadist ialah bangkai, darah babi, segala binatang yang disembelih tanpa menyebut nama Allah, segala bentuk binatang yang mati tanpa proses penyembelihan yang benar, segala jenis burung yang berkuku tajam,



segala yang bertaring dan berkuku dari binatang buas, serangga bumi, sesuatu yang membahayakan jasmasni dan akal. Allah berfirman:<sup>16</sup>

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالْدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنْزِيرِ وَمَا أَهْلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ  
وَالْمُنْخَنِقَةُ وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا  
ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ ﴿٣﴾

Artinya: “Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelinya, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala”. (Q.S al-Maidah 5: 3).<sup>17</sup>

Madzhab Syafi’ie menyebutkan pula binatang yang hidup di dua alam hukumnya haram. Sayyid Sabiq menyitir pendapat Ibnu Arabi, berpendapat bahwa hewan yang hidup di dua alam lebih tepat menjadi haram, karena bila ada dalil haram dan halal dalam suatu jenis benda maka di ambil keputusan haram.<sup>18</sup>

#### d. Islam menghalalkan yang Baik

Islam datang saat manusia masih dalam keadaan demikian dalam memandang masalah makanan yang berasal dari binatang. Islam berada di antara suatu paham kebebasan soal makanan dan ekstrimis dalam soal

<sup>16</sup>Hasbi Indra, Shalahuddin Hamid, Husnani, Musyafa Ullah ed, Halal Haram dalam Makanan, h. 33-37.

<sup>17</sup>Kementrian Agama Republik Indonesia, Al-Qur’an dan Tafsirnya (Edisi yang Disempurnakan) Jilid II, Jakarta: Lentera Abadi, 2010.

<sup>18</sup>Hasbi Indra, Shalahuddin Hamid, Husnani, Musyafa Ullah ed, Halal Haram dalam Makanan, h. 39.

larangan. Oleh karena itu, Islam kemudian mengumandangkan kepada segenap umat manusia dengan mengatakan:<sup>19</sup>

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتَ  
الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”. ( Q.S Al-Baqarah :168 )<sup>20</sup>

Islam memanggil umat manusia untuk memakan hidangan besar yang baik telah disediakan oleh Allah SWT, yaitu yang ada di bumi beserta dengan isinya. Manusia hendaknya tidak mengikuti kerjaan dan jejak syaitan yang selalu menggoda manusia agar mau mengerjakan yang di larang oleh Allah SWT.

Dalam seruan kepada orang-orang mukmin, Allah Swt memerintahkan mereka supaya suka makan yang baik dan supaya mereka suka menunaikan hak nikmat itu, yaitu dengan bersyukur kepada zat yang memberi nikmat. Selanjutnya, Allah menjelaskan pula bahwa ia tidak mengharamkan atas mereka, kecuali empat macam seperti di atas. Dan, yang seperti ini disebutkan juga dalam ayat lain yang agaknya lebih

<sup>19</sup>Muhammad Yusuf Qardhawi, Halal dan Haram dalam Islam, Surabaya:Bina Ilmu, 2003, h. 52.

<sup>20</sup>Kementrian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang Disempurnakan) Jilid I,.

tegas lagi dalam membatasi yang diharamkan itu pada empat macam sebagaimana difirmankan Allah.<sup>21</sup>

قُلْ لَا أَجِدُ فِي مَا أُوحِيَ إِلَيَّ مُحَرَّمًا عَلَى طَاعِمٍ يَطْعَمُهُ إِلَّا أَنْ يَكُونَ مَيْتَةً أَوْ دَمًا مَسْفُوحًا أَوْ لَحْمَ خِنْزِيرٍ فَإِنَّهُ رِجْسٌ أَوْ فِسْقًا أُهِلَّ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ ۚ فَمَنِ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَإِنَّ رَبَّكَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿١٥٠﴾

Artinya : “Katakanlah, aku tidak menemukan sesuatu yang telah diwahyukan kepada ku soal makanan yang diharamkan untuk dimakan, melainkan bangkai atau darah yang mengalir atau daging babi karena sesungguhnya hal itu kotor (rijs) atau binatang yang disembelih bukan karena Allah. Lalu siapa yang dalam keadaan terpaksa dengan niat tidak sengaja dan tidak melewati batas, maka sesungguhnya Tuhanmu Maha Pengampun lagi Maha Belas Kasih.” (Al-An’am: 145).<sup>22</sup>

Dalam surat Al-Maidah ayat 3 Allah menyebutkan binatang yang diharamkan itu dengan terperinci dan lebih banyak. Firman Allah:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهِلَّ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ ۖ وَالْمُنْخَنِقَةُ وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ ﴿٣﴾

Artinya: “Telah diharamkan atas kamu bangkai, daging babi, bintang yang disembelih bukan karena Allah, yang (mati) karena dicekik, yang (mati) karena dipukul, yang (mati) karena jatuh dari atas, yang (mati) karena di tanduk, yang (mati) karena di makan oleh binatang buas, kecuali yang dapat kamu sembelih dan yang disembelih dan disembelih untuk berhala.” (Q.S Al-Maidah ayat 3)<sup>23</sup>

<sup>21</sup>Muhammad Yusuf Qardhawi, Halal dan Haram dalam Islam, Surabaya:Bina Ilmu, 2003, h. 53.

<sup>22</sup>Kementrian Agama Republik Indonesia, Al-Qur’an dan Tafsirnya (Edisi yang Disempurnakan) Jilid III,.

<sup>23</sup>Kementrian Agama Republik Indonesia, Al-Qur’an dan Tafsirnya (Edisi yang Disempurnakan) Jilid II,.

Antara ayat tersebut menetapkan 10 macam binatang yang haram dengan ayat sebelumnya yang menetapkan 4 macam itu sama sekali tidak bertentangan. Ayat yang terakhir kita baca hanya merupakan perincian dari ayat-ayat terdahulu.

Binatang yang dicekik, dipukul, jatuh dari atas, ditanduk dan arena di makan oleh binatang buas, semuanya masuk dalam kategori pengertian bangkai, semua itu adalah perincian dari kata bangkai. Begitu juga dengan binatang disembelih untuk berhala atau semakna dengan disembelih bukan karena Allah, kedua-duanya mempunyai pengertian yang sama. Secara global (ijmal) binatang yang diharamkan itu ada empat macam dan diperinci sehingga menjadi sepuluh.

#### **4. Kategori *Thayyiban***

Selain memahami masalah dasar halal-haram, umat Islam juga diharuskan memahami soal-soal yang menyangkut aspek *Thayyib* (*fit & health*, cocok dan menyehatkan). Tidak seluruh makanan yang halal dikonsumsi ataupun dikonsumsi berarti baik, cocok dan menyehatkan bagi seseorang. Seringkali orang salah mengkonsumsi makanan yang tidak seharusnya dikonsumsi dirinya. Meskipun halal tetapi bila menjadikan bahaya bagi dirinya maka meskipun halal tetapi tidak *thayyib* sehingga tidak boleh memakannya. Apakah karena seorang yang mengkonsumsi menderita penyakit, apakah karena faktor makanannya yang berubah atau didapati mengandung penyakit dan sebagainya. Maka memperhatikan aspek *thayyib* merupakan keharusan bagi umat Islam.

Semua nash shorih yang berkaitan dengan halal-haram selalu disandingkan dengan aspek thayyib. Misalnya dalam QS. Al-baqarah ayat 168: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik thayyib dari apa yang terdapat di bumi”, dan dalam QS. Al-Maidah ayat 88: “Dan makanlah oleh kalian apa-apa yang telah Allah berikan berupa yang halal dan thayyib, dan dalam QS. An-Nisa ayat 29: “Dan janganlah kalian membunuh diri kalian sendiri sesungguhnya Allah amat sayang pada kalian, dan dalam QS. Al-Baqarah ayat 195: “Dan janganlah kalian melemparkan diri kalian sendiri ke dalam kehancuran”, dan dalam QS. Al-Maidah ayat 4: “Mereka bertanya kepadamu apa yang dihalalkan kepada mereka, katakanlah (Muhammad) dihalalkan kepada mereka segala yang baik (thayyib).

Memahami soal thayyib ini maka umat Islam harus memperhatikan aspek ini demi kesehatan. Pada dasarnya termasuk thayyib dalam Islam menyangkut masalah-masalah yang berkaitan dengan kesehatan dan kebaikan manusia. Thayyib dapat di artikan sebagai berikut:

- 1) *Pertama*, baik, berarti tidak memiliki nilai buruk bagi kesehatan jasmani maupun rohani.
- 2) *Kedua*, menyehatkan, materi yang di konsumsi harus menyehatkan bagi konsumen bila sebaliknya maka harus ia tinggalkan. Atau tidak bertolak belakang dengan konsidi kesehatan seseorang.



- 3) *Ketiga*, tidak membahayakan, dalam perspektif syariah standar ini harus dibakukan dengan standar kualitas makanan yang tidak berbahaya bagi kesehatan manusia.
- 4) *Keempat*, bersih, dalam artian diperoleh dengan cara yang benar dan tidak diperoleh dengan cara yang tidak halal. Ataupun terhindar dari berbagai macam penyakit.<sup>24</sup>

Pemahaman masyarakat selama ini terhadap Islam di anggap sebagai agama yang hanya mengatur soal-soal ritual, serta ibadah lainnya. Padahal ajaran agama Islam juga mengantarkan manusia kepada sebuah pengetahuan yang sangat luas dan bisa memadukannya dengan kemajuan-kemajuan yang besar seperti saat ini. Persoalan inilah yang kerap menjadi batu sandungan bagi umat Islam, karena peran agama cenderung dimarginalkan dan menghendaki sekulerisasi di segala bidang.

Mengenai perlindungan konsumen, kita harus sedih, ada begitu banyak produk yang dipasarkan berdampak buruk bagi kesehatan, misalnya produk zat pewarna yang digunakan secara berlebihan. Sebenarnya sebuah produk harus dipersoalkan bukan hanya karena halal-haramnya tetapi juga aspek kesehatan bagi konsumennya.

Dapat disimpulkan bahwa Halalan Thayyiban adalah halalan punya arti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan dengan alasan bebas dari atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya. Sementara, kata Thayyib berarti “Lezat”, “Baik” dan “Sehat”, “mententeramkan”,

---

<sup>24</sup>Hasbi Indra, Shalahuddin Hamid, Husnani, Musyafa Ullah ed, Halal Haram dalam Makanan, h. 46-49.

“paling utama”. Terkait dengan makanan halal, kata *thayib* berarti makanan yang tidak kotor dari segi zatnya atau rusak (kadaluarsa) atau tercampur najis. Singkat kata, makanan yang tidak membahayakan fisik maupun akalnya ketika mengonsumsinya.

## 5. Kepuasan Konsumen

Apakah pembeli terpuaskan setelah membeli tergantung pada kinerja penawaran dalam hubungannya dengan ekspektasi pembeli, dan apakah pembeli menginterpretasikan adanya penyimpangan antara keduanya. Secara umum, kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak terpuaskan. Jika kinerja memenuhi ekspektasi, maka pelanggan akan sangat puas atau senang. Penilaian pelanggan atas kinerja produk tergantung pada banyak faktor, terutama jenis hubungan loyalitas yang dimiliki pelanggan dengan semua merek. Konsumen sering membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang sebuah produk dengan merek yang sudah di anggap mereka positif.<sup>25</sup>

Sekarang ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar. Semakin banyak pihak yang menaruh perhatian terhadap hal ini. Pihak yang paling banyak berhubungan

---

<sup>25</sup>Philip Kotler, Kevin Keller, Manajemen Pemasaran Edisi XIII jilid I, Jakarta: Erlangga, 2009, h. 138-139.

langsung dengan kepuasan/ketidakpuasan pelanggan adalah pemasar, konsumen, konsumeris, dan peneliti perilaku konsumen.

Persaingan yang semakin ketat, di mana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun *public relations release*. Dewasa ini semakin di yakini bahwa kunci utama untuk memenangkan per-produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing.

Semakin banyaknya produsen yang menawarkan produk dan jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak. Dengan demikian kekuatan tawar menawar konsumen semakin besar. Hak-hak konsumen pun mulai mendapatkan perhatian besar, terutama aspek keamanan dalam pemakaian barang atau jasa tertentu. Kini mulai banyak muncul aktivitas-aktivitas kaum konsumeris yang memperjuangkan hak konsumen, etika bisnis, serta kesadaran dan kecintaan akan lingkungan. Para peneliti perilaku konsumen juga semakin banyak tertarik dan menekuni topik kepuasan pelanggan dalam rangka mengupayakan pemecahan yang maksimum dari pemenuhan kepuasan para pelanggan.

Menurut Schnaars, pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya

kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. Sedangkan menurut Kotler menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan di bandingkan dengan harapannya.<sup>26</sup>

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang di rasakan. Seorang pelanggan merasa puas jika kebutuhannya, secara nyata atau hanya anggapan, terpenuhi atau melebihi harapannya.<sup>27</sup>

Selama dan setelah konsumsi serta pemakaian produk atau jasa, konsumen mengembangkan rasa puas dan tidak puas. Kepuasan konsumen (*consumer satisfaction*) didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Ini merupakan penilaian evaluatif pasca pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan/mengonsumsi barang atau jasa tersebut.

Dari perspektif manajerial, mempertahankan dan atau meningkatkan kepuasan pelanggan adalah hal yang sangat kritis. Salah

---

<sup>26</sup>Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran Edisi III, Yogyakarta: Andi, 2008, h. 23-24.

<sup>27</sup>Richard F. Gerson, Mengukur kepuasan pelanggan, Jakarta: PPM, 2002, h. 5.

satu studi baru-baru ini yang meneliti tingkat kepuasan pelanggan dengan perusahaan swedia mendapatkan bahwa selama periode lima tahun suatu peningkatan sebesar 1 persen dalam kepuasan pelanggan menyebabkan kenaikan sebesar 11,4 persen pengambilan atas investasi perusahaan. Karenanya, para manajer harus memandang program-program yang dapat meningkatkan kepuasaan pelanggan sebagai investasi.<sup>28</sup>

Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk, jasa, atau perusahaan tertentu, konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk manufaktur antara lain:

1. Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yan dibeli, misalnya kecepatan, konsumsi bahan bakar, jumlah penumpang yang dapat di angkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi, dan sebagainya.
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap, misalnya kelengkapan interior dan eksterior, dan sebagainya.
3. Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai, misalnya mobil tidak sering mgadat/macet/rewel/rusak.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-

---

<sup>28</sup>John C. Mowen, Michael Minor, Perilaku Konsumen Jilid II Edisi V, Jakarta: Erlangga, 2002, h. 89.



standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya standar keamanan dan emisi terpenuhi.

5. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan beberapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan mobil.
6. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direpasikan; serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual, yang juga mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.
7. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya bentuk fisik mobil yang menarik, model/desain yang artistik, warna, dan sebagainya.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut/ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merek, iklan, dan sebagainya.

Sementara itu dalam mengavaluasi jasa yang bersifat *intangible*, konsumen umumnya menggunakan beberapa atribut atau faktor berikut.

1. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.<sup>29</sup>

Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu perusahaan tertentu, faktor-faktor penentu digunakan bisa berupa kombinasi dari faktor penentu kepuasan terhadap produk dan jasa. Umumnya yang sering digunakan konsumen adalah aspek pelayanan dan kualitas barang dan jasa yang dibeli. Dan dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi para konsumen.

## 6. Pengertian Dampak

Pengertian dampak menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negatif.<sup>30</sup> Pengaruh adalah daya yang ada dan timbul dari sesuatu (orang,

---

<sup>29</sup>Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran Edisi III, h. 25-26.

<sup>30</sup><https://kbbi.web.id/dampak>

benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Pengaruh adalah suatu keadaan dimana ada hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi.

Dampak secara sederhana bisa diartikan sebagai pengaruh atau akibat. Dalam setiap keputusan yang diambil oleh seorang atasan biasanya mempunyai dampak tersendiri, baik itu dampak positif maupun dampak negatif. Dampak juga bisa merupakan proses lanjutan dari sebuah pelaksanaan pengawasan internal. Seorang pemimpin yang handal sudah selayaknya bisa memprediksi jenis dampak yang akan terjadi atas sebuah keputusan yang akan diambil.

#### 1. Pengertian Dampak Positif

Dampak adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya. Sedangkan positif adalah pasti atau tegas dan nyata dari suatu pikiran terutama memperhatikan hal-hal yang baik. positif adalah suasana jiwa yang mengutamakan kegiatan kreatif daripada kegiatan yang menjemukan, kegembiraan dari pada kesedihan, optimisme dari pada pesimisme.

#### 2. Pengertian Dampak Negatif

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia dampak negative adalah pengaruh kuat yang mendatangkan akibat negatif. Dampak adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau

mendukung keinginannya. berdasarkan beberapa penelitian ilmiah disimpulkan bahwa negatif adalah pengaruh buruk yang lebih besar dibandingkan dengan dampak positifnya.<sup>31</sup>

### **C. Kerangka Berpikir dan Pertanyaan Penelitian**

#### **1. Kerangka Berpikir**

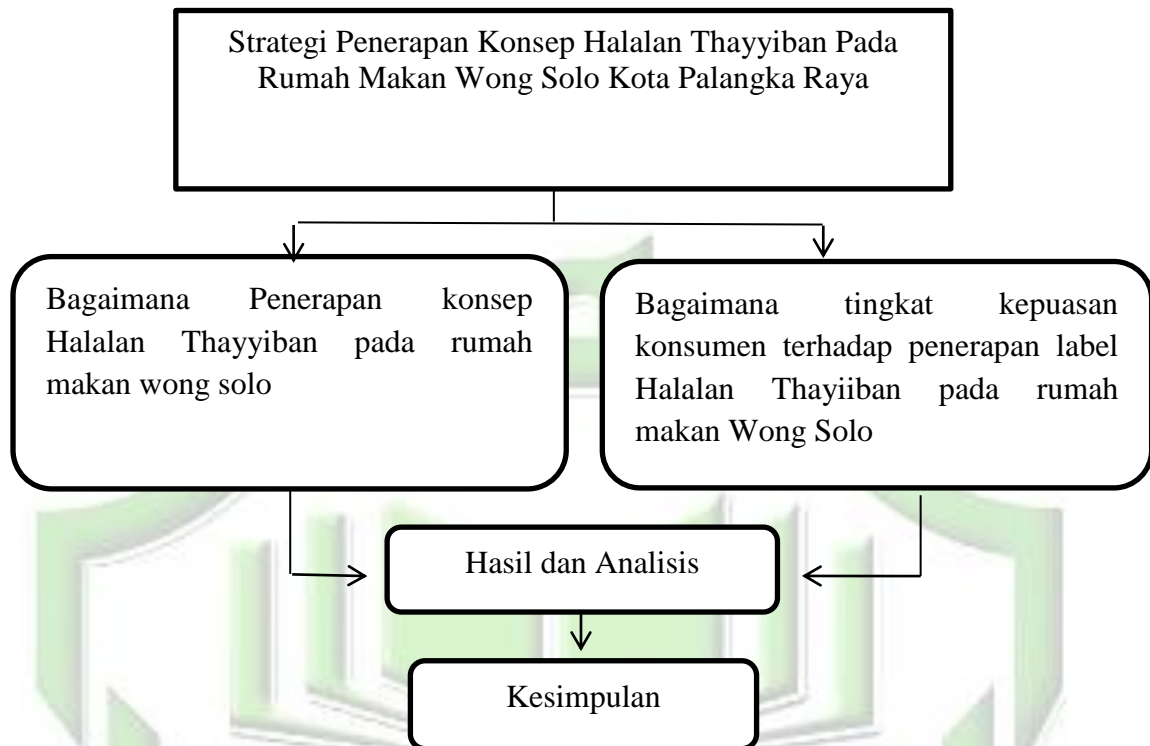
Rumah makan Wong Solo merupakan salah satu warung makan yang menggunakan motto Halalan Thayyiban, artinya makanan yang disajikan berasal dari bahan-bahan yang halal dan diproses dengan memperhatikan hukum-hukum dalam agama Islam.

Rumah Makan Wong Solo mengarah pada konsumen langsung yang dapat merasakan kepuasan atas produk yang mereka dapatkan. Penetapan segmentasi pasar membantu pengusaha rumah makan dan restoran menetapkan strategi yang tepat agar mampu menarik perhatian para konsumen. Dengan strategi pemasaran yang disesuaikan dengan segmen pasar yang dituju, diharapkan dapat memperoleh keuntungan yang maksimal.

---

<sup>31</sup><http://digilib.unila.ac.id/268/10/BAB%20II.pdf> , pengertian dampak, h. 1. Diakses pada pukul 12.00, tanggal 29 Juni 2018.

**Gambar 2.2 Struktur kerangka berpikir**



## 2. Pertanyaan Penelitian

### a. Pertanyaan Pegawai Rumah makan Wong Solo

- 1) Sejarah berdiri warung makan Wong Solo kota Palangka Raya.
- 2) Berapa banyak pegawai warung makan Wong Solo kota Palangka Raya.
- 3) Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan.
- 4) Bagaimana dampak strategi pemasaran yang di terapkan.
- 5) Mengapa harus menggunakan label Halalan Thayyiban.
- 6) Bagaimana pendistribusian produk kepada konsumen.
- 7) Apakah label Halalan Thayyiban berpengaruh untuk tertarik makan di rumah makan Wong Solo.



- 8) Apa yang membedakan rumah makan Wong Solo dengan warung makan lainnya.

**b. Pertanyaan Konsumen**

- 9) Apa menu favorit anda di Rumah makan Wong Solo.
- 10) Kenapa tertarik makan di warung makan Wong Solo.
- 11) Apakah label Halalan Thayyiban salah satu faktor anda makan disini.
- 12) Bagaimana menurut anda dengan harga yang ditetapkan oleh Wong Solo.
- 13) Bagaimana kondisi tempat dan kebersihannya Rumah makan Wong Solo.
- 14) Berapa kali makan di wong solo.
- 15) Mengenal wong solo berapa lama.
- 16) Pernah tidak pesan nasi kotak di wong solo.
- 17) Bagaimana pelayanan di rumah makan wong solo.
- 18) Apakah puas dengan pelayanan rumah makan Wong Solo.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini selama 2 (dua) bulan, yakni sejak tanggal 20 Maret 2018 sampai 20 Mei 2018 hal itu sesuai dengan persetujuan yang peneliti ajukan kepada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya. Waktu selama empat bulan tersebut dianggap cukup untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian, sehingga diharapkan data-data yang diperoleh oleh peneliti tersebut valid dan dapat dipertanggung jawabkan.

Waktu penelitian 2 (dua) bulan tersebut dibagi menjadi tiga tahapan, yaitu sebagai berikut:

1. satu bulan kedua adalah melaksanakan tahapan penelitian yang meliputi penggalian, penyajian dan analisis data
2. satu bulan terakhir adalah tahapan pelaporan hasil penelitian dan konsultasi serta munaqasyah skripsi.

Adapun tempat pelaksanaan penelitian ini berada di kecamatan Pahandut Kota Palangka Raya tepatnya di Rumah Makan Wong Solo Palangka Raya. Peneliti ingin mengetahui bagaimana Strategi dan respon dari subjek penelitian.

## B. Pendekatan Penelitian

Penelitian kualitatif umumnya digunakan dalam dunia ilmi-ilmu sosial dan budaya misalnya penelitian kebijakan, ilmu politik, administrasi, psikologi komunitas dan sosiologi, organisasi dan manajemen, bahkan sampai perencanaan regional. Penelitian ini dilakukan terutama berkaitan dengan pola tingkah laku manusia (*behavior*) dan apa makna yang terkandung dibalik tingkah laku yang sulit di ukur dengan angka angka. Penelitian kualitatif merupakan penelitian berpangkal dari pola fikir induktif, yang didasarkan atas pengamatan terhadap suatu fenomena sosial.<sup>32</sup> Menurut John W. Cresswell, metode pendekatan kualitatif merupakan sebuah proses investigasi. Secara bertahap peneliti berusaha memahami fenomena sosial dengan membedakan, membandingkan, meniru, mengkatalogkan, dan mengelompokkan objek studi. Peneliti memasuki dunia informan dan melakukan interaksi terus menerus dengan informan, dan mencari sudut pandang informan.<sup>33</sup>

## C. Subjek dan Objek Penelitian

### 1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah manajer, karyawan dan konsumen. Peneliti menspesifikasi hanya pada seorang manajer dan karyawan yang telah bekerja selama 5 tahun, penentuan subjek penelitian dilakukan terhadap subjek yang sesuai dengan persyaratan yang diperlukan (*purposive sampling*). Sedangkan untuk konsumen peneliti menggunakan *snowball sampling*, *Snowball sampling* merupakan salah satu metode

<sup>32</sup>Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Teras, 2011, h. 48.

<sup>33</sup>Hamid Patilima, *Motode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfa Beta, 2011, h. 61.

dalam pengambilan sample dari suatu populasi. Dimana *snowball sampling* ini adalah termasuk dalam teknik non-probability sampling (sample dengan probabilitas yang tidak sama). Untuk metode pengambilan sample seperti ini khusus digunakan untuk data-data yang bersifat komunitas dari subjektif responden/sample, atau dengan kata lain objek sample yang kita inginkan sangat langka dan bersifat mengelompok pada suatu Himpunan. Dengan kata lain *snowball sampling* metode pengambilan sampel dengan secara berantai (multi level).

## **2. Objek Penelitian**

Adapun yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini adalah mengenai Strategi penerapan konsep Halalan Thayiban pada rumah makan Wong Solo di kota Palangka Raya.

## **D. Teknik Pengumpulan Data**

Adapun pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini penulis menggunakan metode sebagai berikut:

### **1. Observasi (pengamatan)**

Teknik observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi adalah kegiatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera. Observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap objek

penelitian yang dapat dilaksanakan secara langsung maupun tidak langsung.<sup>34</sup>

Data digali melalui observasi adalah sebagai berikut:

1. Mengamati usaha rumah makan Wong Solo.
2. Mengamati kepuasan konsumen terhadap rumah makan Wong Solo.

## **2. Wawancara (*interview*)**

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan interview pada satu atau beberapa orang yang bersangkutan. *Interview guide* sudah harus disusun dan pewawancara harus mengerti akan isi serta makna dari *interview guide* tersebut. Dalam pengertian yang lain wawancara merupakan cara untuk mengumpulkan data dengan mengadakan tatap muka secara langsung antara orang yang bertugas mengumpulkan data dengan orang yang menjadi suber data atau objek penelitian.<sup>35</sup>

Data yang digali melalui wawancara adalah sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang diterapkan rumah makan Wong Solo dikota Palangka Raya.
2. Dampak Strategi pemasaran yang di terapkan rumah makan Wong Solo.
3. Mengapa harus menggunakan label Halalan Thayyiban di rumah makan Wong Solo.

---

<sup>34</sup>Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, h. 84.

<sup>35</sup>Ibid, h. 89.

4. Apa yang membedakan rumah makan Wong Solo dengan warung makan lainnya.

### **3. Dokumentasi**

Yaitu mengumpulkan data dengan melihat dan mencatat suatu laporan yang sudah tersedia. Metode ini dilakukan dengan melihat dokumen-dokumen resmi seperti monografi, catatan-catatan serta buku-buku peraturan yang ada. Dokumentasi sebagai metode pengumpulan data adalah setiap pernyataan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan pengujian suatu peristiwa atau menyajikan akunting. Alasan dokumentasi dijadikan sebagai bukti untuk membuktikan penelitian karena dokumen merupakan sumber yang stabil, dapat berguna sebagai bukti untuk pengujian, mempunyai sifat yang alamiah, tidak reaktif, sehingga mudah ditemukan dengan teknik kajian isi, di samping itu hasil kajian isi akan membuka kesempatan untuk lebih memperluas pengetahuan terhadap suatu yang diselidiki.<sup>36</sup>

Data yang ingin digali melalui dokumentasi adalah sebagai berikut:

1. Keadaan kota Palangka Raya.
2. Profil rumah makan Wong Solo Kota Palangka Raya.
3. Foto-foto penelitian.
4. Keadaan fasilitas pendukung di rumah makan Wong Solo.

---

<sup>36</sup>Ibid, h. 92-93.



## E. Pengabsahan Data

Penggunaan metode yang berbeda untuk triangulasi juga memiliki sejarah yang berbeda. Triangulasi metode mungkin sulit, itu pekerjaan yang sangat bagus karena membuat data dapat dipercaya. Setelah suatu pernyataan dikonfirmasi dengan dua proses pengukuran atau lebih, ketidakpastian dari interpretasinya dapat turun secara drastis. Bukti yang paling persuasif timbul melalui suatu triangulasi dari proses pengukuran.

Tentang triangulasi sumber dan metode di atas dapat dijelaskan lebih sederhana sebagai berikut. Data yang diperoleh dicek kembali pada sumber yang sama dalam waktu yang berbeda, atau dicek dengan menggunakan sumber yang berbeda.<sup>37</sup>

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya, seperti:

- a. **Triangulasi dengan sumber**, membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. (1) membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara; (2) membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi; (3) membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang

---

<sup>37</sup>M. Djunaidi Ghony dan Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012, cet ke-1, h. 318-319.

waktu; (4) membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang-orang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan; (5) membandingkan hasil wawancara dengan isi atau dokumen yang berkaitan.

**b. Triangulasi dengan metode**, strategi yang harus dilakukan adalah sebagai berikut: (1) pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data, dan (2) pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

**c. Triangulasi dengan teori**, bahwa fakta tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu teori atau lebih. Dengan triangulasi peneliti kualitatif dapat melakukan *check and recheck* hasil temuannya dengan jalan membanding-bandingkan berbagai sumber, metode dan teori. Untuk itu peneliti dapat melakukannya dengan cara sebagai berikut. (1) mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan; (2) melakukan pengecekan dengan berbagai macam sumber data; (3) memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan data dapat dilakukan.

Adapun dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi dengan sumber, triangulasi dengan metode, dan triangulasi dengan teori.

## **F. Teknik Analisis Data**

Analisis data menurut Taylor adalah sebagai proses yang memerinci usaha secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis seperti

yang disarankan dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan dan tema pada hipotesis.

Analisis data merupakan aktivitas pengorganisasian data. Data yang terkumpul dapat berupa catatan lapangan dan komentar peneliti, gambar, foto, dokumen, laporan, biografi, artikel, dan sebagainya. Kegiatan analisis data ialah mengartur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode, dan mengkartegorikan. Pengorganisasian dan pengelolaan data tersebut bertujuan menemukan tema dan konsepsi kerja yang di angkat menjadi teori substantif.<sup>38</sup>

Berikut ini adalah tahap menganalisis data di lapangan dalam penelitian kualitatif menurut Miles dan Huberman:

### **1. Data Collection (Pengumpulan Data)**

Tahap awal dalam proses analisis data kualitatif adalah tahap pengumpulan data (*data collection*). Saat mengumpulkan data, peneliti akan dengan sendirinya terlihat melakukan perbandingan-perbandingan, apakah untuk memperkaya data bagi tujuan konseptualisasi, kategorisasi, ataukah teorisasi. Tanpa secara aktif melakukan perbandingan-perbandingan dalam proses pengumpulan data tidak akan mungkin terjelajah dan terlacak secara induktif hingga ke tingkat memadai muatan-muatan yang tercakup dalam suatu konsep, kategori, atau teori.

Hasil pengumpulan data tersebut tentu saja perlu direduksi (*data reduction*). Istilah reduksi data dalam penelitian kualitatif dapat disejajarkan maknanya dengan istilah pengelolaan data (mulai dari

---

<sup>38</sup>Afifuddin, Beni Ahmad Saebani, *Metodoogi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia, 2012, h. 145.

editing, koding hingga tabulasi data) dalam penelitian kuantitatif. Ia mencakup kegiatan mengikhtisarkan hasil pengumpulan data selangka mungkin, dan memilah-milahnya ke dalam satuan konsep tertentu, kategori tertentu, atau tema tertentu.<sup>39</sup>

## **2. Data Reduction (Reduksi Data)**

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.<sup>40</sup>

Ketika mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan. Oleh karena itu, jika peneliti dalam melakukan penelitian, menemukan segala sesuatu yang dipandang asing, tidak dikenal, belum memiliki pola, justru itulah yang harus dijadikan perhatian peneliti dalam melakukan reduksi data. Ibarat melakukan penelitian di hutan, maka

---

<sup>39</sup>Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, h. 70.

<sup>40</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: AlfaBeta, 2014, cet ke-2, h. 247.

pohon-pohon atau tumbuh-tumbuhan dan binatang-binatang yang belum dikenal selama ini, justru dijadikan fokus untuk pengamatan selanjutnya.

Reduksi data merupakan proses berpikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan wawasan yang tinggi. Bagi peneliti yang masih baru, dalam mereduksi data dapat mendiskusikan pada teman atau orang lain yang dipandang ahli. Melalui diskusi itu, maka wawasan peneliti akan berkembang, sehingga dapat mereduksi data-data yang memiliki nilai temuan dan pengembangan teori yang signifikan.

### **3. Data Display (Penyajian Data)**

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya, berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks naratif.<sup>41</sup>

Setelah peneliti mampu untuk mereduksi data dalam penelitian ini ke dalam tiga kelompok yaitu pembina, pengelola, dan anggota, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam mendisplaykan data, data dari pembina, pengelola dan anggota dipilah sesuai dengan urutannya sehingga dapat dipahami. Selanjutnya setelah dilakukan

---

<sup>41</sup>Ibid, h. 249.

analisis secara mendalam, ternyata ada hubungan yang interaktif antara tiga kelompok tersebut.

Praktik yang dijalankan di lapangan tidak semudah ilustrasi yang diberikan, karena fenomena sosial bersifat kompleks, dan dinamis, sehingga apa yang ditemukan pada saat memasuki lapangan dan setelah berlangsung lumayan lama di lapangan akan mengalami perkembangan data. Untuk itu peneliti harus selalu menguji apa yang telah ditemukan pada saat memasuki lapangan yang masih bersifat sementara itu berkembang atau tidak.<sup>42</sup>

#### **4. Conclusion Drawing/Verification**

Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat untuk mendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Dengan demikian, kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah

---

<sup>42</sup>Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: AlfaBeta, 2010, cet ke-6, h. 99.



dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas. Kesimpulan ini masih bersifat sementara, dan apabila didukung oleh data yang lebih luas lagi, maka akan dapat menjadi teori.<sup>43</sup>



---

<sup>43</sup>Ibid, h. 99.

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Kota Palangka Raya**

###### **a. Sejarah Singkat Pembentukan Kota Palangka Raya**

Sejarah pembentukan Pemerintahan Kota Palangka Raya adalah bagian integral dari pembentukan Provinsi Kalimantan Tengah berdasarkan Undang-Undang Darurat Nomor 10 Tahun 1957, lembaran Negara Nomor 53 berikut penjelasannya (Tambahan Lembaran Negara Nomor 1284) berlaku mulai tanggal 23 Mei 1957, yang selanjutnya disebut Undang-Undang Pembentukan Daerah Swatantra Provinsi Kalimantan Tengah.<sup>44</sup>

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1958, Parlemen Republik Indonesia tanggal 11 Mei 1959 mengesahkan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 1959, yang menetapkan pembagian Provinsi Kalimantan Tengah dalam 5 Kabupaten dan Palangka Raya sebagai Ibukotanya.<sup>45</sup>

Kota Palangka Raya secara geografis terletak pada 113°30' - 114°07' Bujur Timur dan 1°35' - 2°24' Lintang Selatan, dengan luas wilayah 2.678,51 Km<sup>2</sup> (267.851 Ha) dengan topografi terdiri dari tanah atar dan berbukit dengan kemiringan kurang dari 40%. Secara administrasi Kota Palangka Raya berbatasan dengan;

---

<sup>44</sup> Pemerintah Kota Palangka Raya, *Selayang Pandang Kota Palangka Raya Tahun 2006*, Palangka Raya: t.p, 2006, h.9.

<sup>45</sup> Ibid.

Sebelah Utara : dengan Kabupaten Gunung Mas

Sebelah Timur : dengan Kabupaten Pulang Pisau

Sebelah Selatan : dengan Kabupaten Pulang Pisau

Sebelah Barat : dengan Kabupaten Katingan<sup>46</sup>

Kota Palangka Raya mempunyai luas wilayah 2.678,51 Km<sup>2</sup> (267.851 Ha) dibagi kedalam 5 Kecamatan yaitu Kecamatan Pahandut, Sebagau, Jekan Raya, Bukit Batu dan Rakumpit dengan luas masing-masing 117,25 Km<sup>2</sup>, 583,50 Km<sup>2</sup>, 352,62 Km<sup>2</sup>, 572,00 Km<sup>2</sup> dan 1.053,14 Km<sup>2</sup>. Luas wilayah sebesar 2.678,51 Km<sup>2</sup> dapat dirinci sebagai berikut:<sup>47</sup>

1. Kawasan Hutan	:	2.485,75 Km <sup>2</sup>
2. Tanah Pertanian	:	12,65 Km <sup>2</sup>
3. Perkampungan	:	45,54 Km <sup>2</sup>
4. Areal Perkebunan	:	22,30 Km <sup>2</sup>
5. Sungai dan Danau	:	42,86 Km <sup>2</sup>
6. Lain-Lain	:	69,41 Km <sup>2</sup>

Curah hujan tahunan di wilayah Kota Palangka Raya selama 10 tahun terakhir (1997-2006) berkisar dari 1.840—3.117 mm dengan rata-rata sebesar 2.490 mm. Kelembaban udara berkisar antara 75—89% dengan kelembaban rata-rata tahunan sebesar 83,08%. Temperatur rata-rata adalah 26,880 C, minimum 22,930 C dan maksimum 32,520 C. Sedangkan tanah-tanah yang terdapat di wilayah Kota Palangka Raya dibedakan atas tanah

<sup>46</sup> Ibid, h.26.

<sup>47</sup> Badan Perencana Pembangunan Daerah Kota Palangka Raya dan Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya, *Kota Palangka Raya Dalam Angka (Palangka Raya City In Figures 2017)*, Palangka Raya: Grahamedia Design, 2007, h. 1.

mineral dan tanah gambut (Histosols). Berdasarkan taksonomi tanah (*soil survey staff*, 1998) tanah–tanah tersebut dibedakan menjadi 5 (lima) ordo yaitu *histosol*, *inceptosol*, *entisol*, *spodosol* dan *ultisol*.<sup>48</sup>

Luas wilayah Palangka Raya adalah 284.250 Ha. Wilayah Kota Palangka Raya terdiri dari 5 (lima) Kecamatan yaitu Kecamatan Pahandut, Kecamatan Sabangau, Kecamatan Jekan Raya, Kecamatan Bukit Batu dan Kecamatan Rakumpit. Untuk Kriteria Penataan Kota, Kota Palangka Raya memiliki angka presentase tertinggi dipersepsikan oleh warganya memiliki penataan kota yang baik, yaitu sebanyak 51%. Kota Palangka Raya meskipun masih jauh dari ukuran ideal, namun memiliki kondisi penataan kota yang cukup baik. Dari sudut pandang lain dapat dikatakan kapasitas akomodasi ruang Kota Palangka Raya terhadap pertumbuhan penduduk masih memadai. Sarana kota Palangka Raya sendiri, seperti sarana pelayanan kesehatan kota Palangka Raya, kami mengambil data pada 2009, terdapat sejumlah Rumah sakit (umum dan swasta), Posyandu kurang lebih 128 Posyandu, Puskesmas (pembantu dan keliling) berjumlah kurang lebih 68 Puskesmas, Apotek sejumlah 53 Apotek, dan terdapat pula beberapa tempat Rumah Bersalin, Balai Pengobatan, Balai Praktik Dokter perorangan.

---

<sup>48</sup> Muhammad Aldio, *Sejarah Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah (1950 - 1972)*, <http://coretcoretdoang.blogspot.co.id/2015/10/sejarah-kota-palangka-raya-kalimantan.html>, diunduh pada tanggal 10-4-2018 pukul 18:25 WIB.

Prasarana jalan hingga tahun 2009 tercatat sepanjang 884,52 km, dengan jenis permukaan aspal sepanjang 454,83 km. Bila dilihat dari kondisinya, jalan dengan kondisi baik sepanjang 316,36 km, sedang 146,76 km, rusak 198,09 km dan rusak berat 223,32. Sedangkan untuk kelas jalan, jalan kelas I sepanjang 60,36 km, kelas II 35,05 km, kelas IIIA 92,55 km, kelas IIIB 140,96, kelas IIIC 494,15 km, kelas tidak dirinci 61,45 km. Pada moda transportasi udara, pemerintah juga terus berupaya meningkatkan berbagai sarana, fasilitas, dan pelayanan yang ada di Bandar Udara Tjilik Riwut, di antaranya yaitu dengan memperbaiki fasilitas ruang tunggu (Penambahan Ruang Tunggu VIP) dan penambahan panjang landasan pacu yang ada.

Sistem transportasi sungai adalah moda transportasi yang bersifat tradisional dan sudah dimanfaatkan oleh penduduk sejak dahulu, hal ini didukung oleh kondisi geografis wilayah Kalimantan Tengah yang banyak dilalui sungai-sungai. Desa-desa yang menjadi bagian wilayah Kota Palangka Raya sebagian berada di tepi sungai sehingga bila transportasi darat mengalami gangguan akibat kondisi jalan yang kurang baik disaat musim hujan, maka transportasi sungai menjadi pilihan oleh sebagian penduduk. Jika kita berbicara mengenai perkembangan suatu kota, tentunya tidak terlepas dari kehidupan sosial dan budaya masyarakatnya. Di Kota Palangka Raya, terdapat adat dan budaya khas seperti upacara keagamaan, Kontes Budaya, nyanyian adat, tarian, dan lainnya.<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup>Ibid.

Perubahan, peningkatan dan pembentukan yang dilaksanakan untuk kelengkapan Kotapraja Administratif Palangka Raya dengan membentuk 3 (tiga) Kecamatan, yaitu:<sup>50</sup>

- 1) Kecamatan Palangka di Pahandut.
- 2) Kecamatan Bukit Batu di Tangkiling.
- 3) Kecamatan Petuk Katimpun di Marang Ngandurung Langit.

Kemudian pada awal tahun 1964, Kecamatan Palangka di Pahandut dipecah menjadi 2 (dua) kecamatan, yaitu:

- 1) Kecamatan Pahandut di Pahandut.
- 2) Kecamatan Palangka di Palangka Raya

Sehingga Kotapraja Administratif Palangka Raya telah mempunyai 4 (empat) kecamatan dan 17 (tujuh belas) kampung, yang berarti ketentuan-ketentuan dan persyaratan-persyaratan untuk menjadi satu Kotapraja yang otonom sudah dapat dipenuhi serta dengan disyahrkannya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1965, Lembaran Negara Nomor 48 tahun 1965 tanggal 12 Juni 1965 yang menetapkan Kotapraja Administratif Palangka Raya, maka terbentuklah Kotapraja Palangka Raya yang Otonom.<sup>51</sup>

Peresmian Kotapraja Palangka Raya menjadi Kotapraja yang Otonom dihadiri oleh Ketua Komisi B DPR-GR, Bapak L.S. Handoko Widjoyo, para anggota DPR-GR, Pejabat-pejabat Departemen Dalam Negeri, Deputi Antar Daerah Kalimantan Brigadir Jendral TNI M. Panggabean, Deyahdak II Kalimantan, Utusan-utusan Pemerintah Daerah Kalimantan Selatan dan

---

<sup>50</sup> Pemerintah Kota Palangka Raya, *Selayang Pandang*, h.11.

<sup>51</sup> Ibid, h.12.



beberapa pejabat tinggi Kalimantan Lainnya. Upacara peresmian berlangsung di Lapangan Bukit Ngalangkang halaman Balai Kota dan sebagai catatan sejarah yang tidak dapat dilupakan sebelum upacara peresmian dilaksanakan pada pukul 08.00 pagi, diadakan demonstrasi penerjunan payung dengan membawa lambang Kotapraja Palangka Raya.<sup>52</sup>

Demonstrasi penerjunan payung ini, dipelopori oleh Wing Pendidikan II Pangkalan Udara Republik Indonesia Margahayu Bandung yang berjumlah 14 (empat belas) orang, di bawah pimpinan Ketua Tim Letnan Udara II M. Dahlan, mantan paratroop AURI yang terjun di Kalimantan pada tanggal 17 Oktober 1947. Demonstrasi penerjunan payung dilakukan dengan mempergunakan pesawat T-568 Garuda Oil, di bawah pimpinan Kapten Pilot Arifin, Copilot Rusli dengan 4 (empat) awak pesawat, yang diikuti oleh seorang undangan khusus Kapten Udara F.M. Soejoto (juga mantan Paratroop 17 Oktober 1947) yang diikuti oleh 10 orang sukarelawan dari Brigade Bantuan Tempur Jakarta. Selanjutnya, lambang Kotapraja Palangka Raya dibawa dengan parade jalan kaki oleh para penerjun payung ke lapangan upacara. Pada hari itu, dengan Surat Keputusan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia, Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Kalimantan Tengah Tjilik Riwut ditunjuk selaku penguasa Kotapraja Palangka Raya dan oleh Menteri Dalam Negeri diserahkan lambang Kotapraja Palangka Raya.

---

<sup>52</sup> Muhammad Aldio, *Sejarah Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah (1950 - 1972)*, <http://coretcoretdoang.blogspot.co.id/2015/10/sejarah-kota-palangka-raya-kalimantan.html>, diunduh pada tanggal 10-4-2018 pukul 18:25 WIB.

Upacara peresmian Kotapraja Otonom Palangka Raya tanggal 17 Juni 1965 itu, Penguasa Kotapraja Palangka Raya, Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Kalimantan Tengah, menyerahkan Anak Kunci Emas (seberat 170 gram) melalui Menteri Dalam Negeri kepada Presiden Republik Indonesia, kemudian dilanjutkan dengan pembukaan selubung papan nama Kantor Walikota Kepala Daerah Kotapraja Palangka Raya.

Didalam Surat Keputusan pada tanggal 24 April 1961 No. 3/Pem. 170\_C-2-3, tentang pembentukan Kantor Kotapraja Administratif Palangka Raya, yang seterusnya dalam proses bebrbentuk Kotamdyia Palangka Raya (1975). Dalam penyelenggaran pemerintahan Tingkat Provinsi dan Kotapraja Palangka Raya pada waktu itu dirasakan adanya kekurangan pegawai, terutama pada formasi pegawai tingkat I yang perlu didatangkan dari pusat. Satu-satunya jalan adalah mengangkat pegawai harian untuk kelancaran pelayanan kepada masyarakat. Kota Palangka Raya termasuk daerah yang pendapatnnya kecil karena hanya mengandalkan usaha dari kota Palangka Raya.<sup>53</sup>

#### **a. Visi dan Misi Kota Palangka Raya**

Visi dan misi Kota Palangka Raya adalah sebagai berikut<sup>54</sup>:

Visi kota Palangka Raya selama periode 2013-2018, Visi Pembangunan Kota Palangka Raya adalah: “Terwujudnya Kota Palangka Raya sebagai Kota Pendidikan, Jasa dan Pariwisata yang Berwawasan Lingkungan berdasarkan Falsafah Budaya Betang”

---

<sup>53</sup> Ibid.

<sup>54</sup> Pemerintah Kota Palangka Raya, *Selayang Pandang*, h.22.

Sedangkan misi kota Palangka Raya adalah:

- 1) Mewujudkan Kota Palangka Raya sebagai kota pendidikan dan pusat pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas.
- 2) Mewujudkan Kota Palangka Raya sebagai kota jasa dan destinasi wisata menuju kemandirian ekonomi masyarakat.
- 3) Mewujudkan pemerataan sarana dan prasarana publik yang berkualitas berdasarkan tata kelola sumber daya alam yang berkelanjutan.
- 4) Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik dan bersih (*good and clean governance*).
- 5) Mewujudkan masyarakat yang berbudaya, harmonis, dinamis dan damai berdasarkan filosofi huma betang.<sup>55</sup>

Jumlah penduduk Kota Palangka Raya tahun 2017 sebanyak 267.757 orang yang terdiri dari 137.057 orang laki-laki dan 130.700 orang perempuan. Penduduk terbanyak terdapat di Kecamatan Jekan Raya dengan 52% penduduk Kota Palangka Raya tinggal di kecamatan ini. Hal ini membuat Kecamatan Jekan Raya menjadi kecamatan terpadat dimana terdapat 349 orang setiap Km<sup>2</sup>.<sup>56</sup>

Selain jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin, berikut ini adalah jumlah penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin di Kota Palangka Raya.

---

<sup>55</sup> Ibid, h. 23.

<sup>56</sup> Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya, *Kota Palangka Raya dalam Angka 2017*, h.42.

Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Palangka Raya 2017

Kelompok Umur	Penduduk (orang)		
	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
0-4	12 750	12 288	25 038
5-9	11 123	10 368	21 491
10-14	10 782	10 485	21 267
15-19	12 759	13 812	26 571
20-24	15 486	15 224	30 710
25-29	12 135	11 674	23 809
30-34	12 093	11 517	23 610
35-39	11 400	10 898	22 298
40-44	10 638	10 111	20 749
45-49	9 023	8 020	17 043
50-54	7 130	6 042	13 172
55-59	5 215	4 283	9 498
60-64	2 991	2 372	5 363
65+	3 532	3 606	7 138
<b>Palangka Raya</b>	<b>137 057</b>	<b>130 700</b>	<b>267 757</b>

Sumber : Proyeksi Penduduk Kabupaten/Kota Provinsi Kalimantan Tengah, 2010-2020 (diolah)

Berdasarkan jumlah penduduk menurut umur dan jenis kelamin di Kota Palangka Raya tahun 2016 lebih mendominasi pada umur 20-24

dengan jumlah laki-laki 15.486 dan jumlah perempuan 15.224. Dapat disimpulkan bahwa Kota Palangka Raya memiliki tingkat produktifitas masyarakat yang cukup tinggi. Berikut ini adalah jumlah penduduk menurut agama/aliran kepercayaan dan kecamatan di Kota Palangka Raya.<sup>57</sup>

Tabel 4.2 Jumlah Penduduk Menurut Agama/Aliran Kepercayaan dan Kecamatan di Kota Palangka Raya 2017

Agama & Aliran Kepercayaan	Pahandut	Sebangau	Jekan Raya	Bukit Batu	Rakumpit
Islam	65 306	17 568	85 047	8 456	1 813
Kristen	15 025	3 591	44 413	3 138	1 923
Katolik	897	109	3 937	110	2
Hindu	556	244	2 267	322	233
Budha	191	14	227	8	-
Konghucu	-	-	8	5	-
Aliran Kepercayaan	8	-	20	2	10
Tahun	81 983	21 526	135 919	12 041	3 981

*Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya, Kota Palangka Raya dalam Angka 2017, Palangka Raya : Badan Statistik Kota Palangka Raya, 2017.*

Berdasarkan jumlah penduduk menurut agama atau aliran kepercayaan dan kecamatan di Kota Palangka Raya tahun 2016 bahwa agama terbanyak adalah agama Islam di kecamatan Pahandut berjumlah 65.306 jiwa dan Islam di kecamatan Jekan Raya berjumlah 85.047 jiwa.

---

<sup>57</sup> *Ibid.*, h.108.

## **2. Rumah Makan Wong Solo Kota Palangka Raya**

### **a. Sejarah Singkat Rumah Makan Wong Solo Kota Palangka Raya**

Rumah makan Ayam Bakar Wong Solo adalah bisnis rumah makan yang bergerak dalam bisnis jasa, berdiri sejak 18 April 1991 di bawah kendali Bapak Puspo Wardoyo dan berkantor pusat di kota Medan dengan cabang hampir di seluruh propinsi di Indonesia. Dari seorang mantan guru SMA Perguruan Wahidin Bagan Si Api-api, beliau beralih profesi menjadi wirausahawan dengan membuka ayam bakar kaki lima di jalan SMA 2 Padang Golf Polonia Medan. Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo salah satu rumah makan tradisional besar yang bermoto "HALALAN TAYYIBAN" yang berarti halal dari segi makan dan baik dari segi aspek pengolahan dan pelayanan. Walaupun menggunakan ayam bakar dan nama wong solo bukan berarti menu yang ada adalah ayam bakar saja tetapi juga tersedia menu-menu yang lain seperti ikan dan sayuran.

Menggunakan nama wong solo karena pemilik rumah makan ini adalah orang dari kota Solo. Namun demikian menu yang ada adalah menu tradisional nusantara atau di ambil dari berbagai daerah di Indonesia. Usaha Ayam Bakar ini pertama kali di buka hanya dengan modal Rp700 ribu dengan menjual 3-4 ekor ayam per hari. Kemudian berkat salah satu karyawannya yang mengundang seorang wartawan untuk mewawancarai Bapak Puspo, maka profile beliau dimuat di koran waspada Medan tahun 1992 dengan judul "**Sarjana Buka Ayam Bakar Wong Solo**", maka konsumen mulai mendatangi rumah makan tersebut sehingga omset meningkat dari 100 potong ayam sampai dengan 200 potong ayam terjual



habis. Berpegang pada pepatah jawa "**Goleka Jeneng Dulu, Jenang Belakangan**" yang artinya jeneng adalah nama, sedangkan jenang (pulut/ketan) artinya uang atau keuntungan/hasil. Yang berarti bila nama/brand/merk sudah kuat makan jenang/uang/hasil pasti akan mengikuti. Dengan pepatah tersebut beliau bisa sukses seperti saat ini.<sup>58</sup>

Sedangkan Rumah Makan Wong Solo Kota Palangka Raya dibuka pada 17 maret 2007. Rumah Makan Wong Solo Kota Palangka Raya merupakan cabang yang ke 26, dahulu pertama kali buka Rumah Makan Wong Solo Kota Palangka Raya masih sistem kaki lima (memakai tenda). Dan mulai bangunan yang semi permanen pada tahun 2008. Masyarakat *welcome* terhadap Rumah makan Wong Solo, respon nya baik karena menu yang di jual menjadi idola masyarakat setempat, dengan penyajian yang cepat, menu yang fresh, dan otomatis harga yang relatif murah buat kalangan masyarakat menengah ke bawah. Wong Solo sendiri menerapkan sistem kerja 3 shif yang terdiri dari shif pagi dari jam 07.00 – 15.00 shif siang dari jam 11.00 – 20.00 dan shif malam dari jam 15.00 – 22.00. dengan karyawan kebanyakan masyarakat setempat, menjadikan Wong Solo mempermudah komunikasi dengan masyarakat setempat. Rata-rata karyawan Wong Solo lulusan SMA/ sederajat, untuk karyawan perempuan wajib menggunakan hijab dan untuk laki-laki wajib memakai pakaian sopan, akan tetapi sekarang Wong Solo mempunyai seragam untuk

---

<sup>58</sup><http://ayambakar01.blogspot.co.id/2009/11/sejarah-dan-perkembangan.html> di unduh pada tanggal 20 April 2018 pukul 20.15.

menjadikan ciri-ciri khusus bagi para karyawanmya yang bernuansa Islami.<sup>59</sup>

#### **b. Visi dan Misi**

##### **Visi:**

Untuk menjadi bisnis waralaba makanan yang Islami, profesional, dan maju.

##### **Misi:**

1. Untuk menyajikan makanan halal untuk kehidupan yang lebih terberkati dan lebih berkualitas.
2. Untuk membawa layanan dengan Manajemen Islam yang profesional, memuaskan, ramah, dan sopan dengan layanan total.
3. Untuk terus mengembangkan bisnis ke arah yang lebih baik melalui inovasi dan teknologi.
4. Untuk meningkatkan efektivitas operasional dengan kualitas organisasi dan manajemen yang baik.<sup>60</sup>

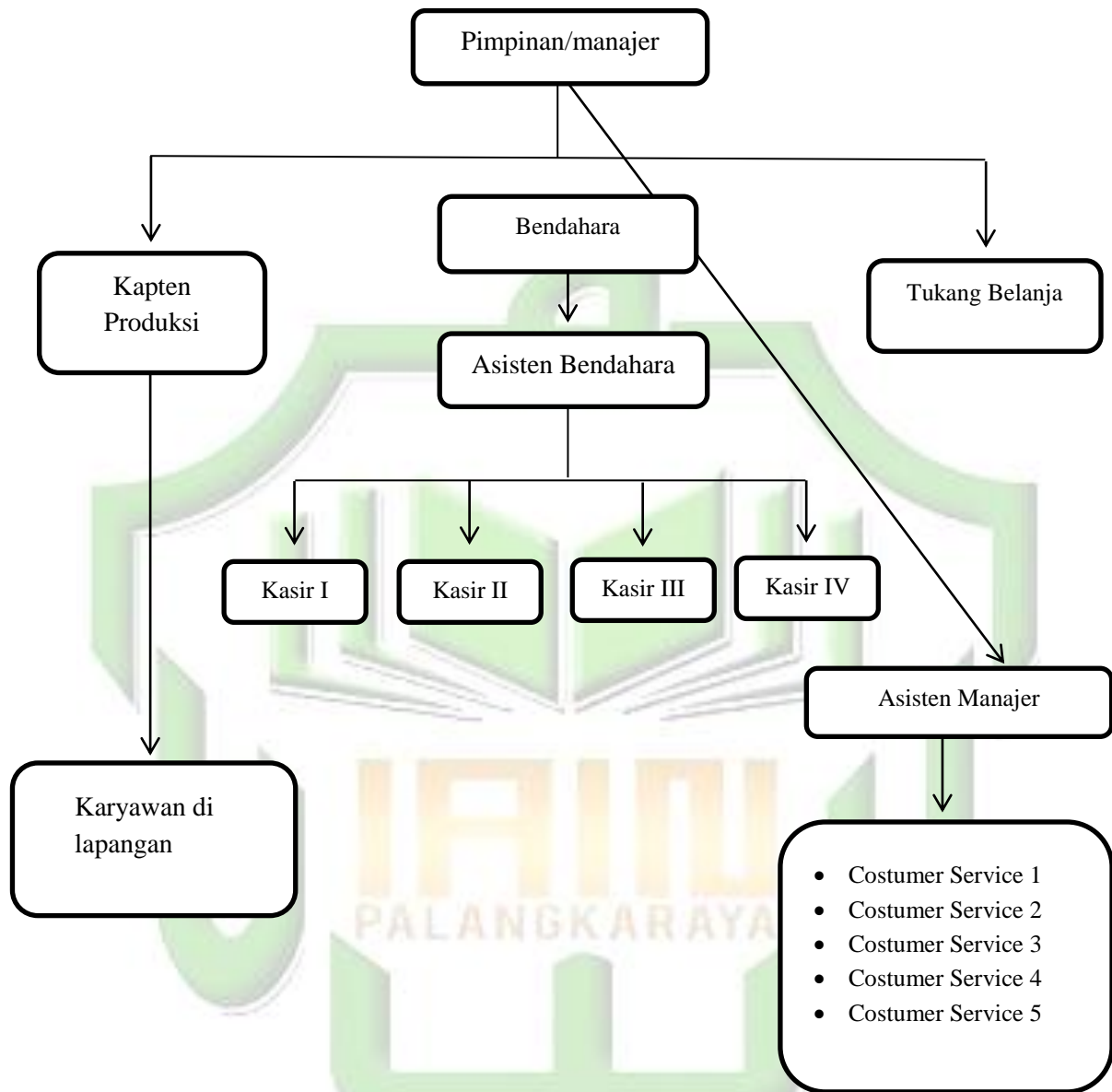
---

<sup>59</sup>Wawancara dengan manajer Rumah Makan Wong Solo Kota Palangka Raya.

<sup>60</sup><http://www.wongsolo.com/about-us/> diunduh pada tanggal 11-4-2018 pukul 20:25 WIB.

### c. Struktur Organisasi

Gambar 3.1 Struktur Organisasi



## **B. Penyajian Data Strategi Penerapan Konsep Halalan Thayyiban pada Rumah Makan Wong Solo Kota Palangka Raya**

Sebelum memaparkan penelitian ini, terlebih dahulu peneliti memaparkan tahapan penelitian yang dilaksanakan, yakni diawali dengan penyampaian surat izin penelitian dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) kemudian setelah mendapatkan surat tebusan tersebut selanjutnya peneliti langsung terjun ke lapangan melakukan penggalan data.

Sebelum mendapatkan izin untuk mengadakan penelitian, peneliti telah melakukan observasi terlebih dahulu sehingga setelah mendapatkan izin meneliti, peneliti langsung terjun ke lapangan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu mengenai bagaimana Penerapan konsep Halalan Thayyiban pada Rumah Makan Wong Solo dan bagaimana tingkat Kepuasan Konsumen terhadap penerapan Label Halalan Thayyiban pada Rumah Makan Wong Solo.

### **1. Penerapan Konsep Halalan Thayyiban pada Rumah Makan Wong Solo.**

#### **a. Strategi Pemasaran**

Karyawan 1 yang bernama Irfan merupakan salah satu karyawan yang bekerja di rumah makan wong solo telah bekerja lebih dari 5 tahun. Dimulai dari tahun 2010 hingga saat ini (8 tahun). Adapun pernyataan karyawan 1 tentang strategi pemasaran sebagai berikut:

“Strategi pemasaran seperti iklan di koran tapi dulu promosinya juga pakai selebaran brosur ada dikasir, kalo beli kotakan dikasih brosur itu. Disamping itu dikasih vocher kalo beli makan disini 50 kotak itu dapat vocher 1 dalam vocher itu isinya nasi ayam bakar sama es teh, kalo sekarang promosinya melalui sosmed dan plang-plang kaya di depan itu. Segmentasi pemasaran kita setau saya kelas menengah kebawah itu karena memang dari pusatnya gitu mas, perencanaan produk sih juga dari pusat juga kita disini tinggal menjalankan standar operasional perusahaan yang sudah dibuat aja. Ya kalo penetapan setau saya harga kita ngikutin harga-harga produk yang kita beli kalo naikan kita naikan juga harga jualan kita kaya menyesuaikan lah gitu, Sistem distribusinya ya gitu aja mas tamu datang kita layani gitu aja mas.”<sup>61</sup>

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Irfan selaku karyawan 1, bahwa Strategi Pemasaran yang diterapkan Rumah makan Wong Solo yaitu melalui kegiatan promosi dengan menyebar iklan di surat kabar dan membagikan brosur serta memberi vocher paket makanan. Tujuannya untuk menarik pelanggan agar membeli produk Rumah makan tersebut. Selain itu mereka juga ingin mengenal produk Rumah makan kepada konsumen. Sedangkan menurut karyawan Irfan segmentasi sasaran pemasaran dari rumah makan wong solo yaitu kalangan menengah dengan cara pendistribusian kepada konsumen datang karyawan melayani.

Hal demikian juga di sampaikan oleh Karyawan 2 yang bernama Sahadam merupakan salah satu karyawan dirumah makan wong solo yang bekerja selama kurang lebih 9 tahun. Dimulai dari tahun 2009 hingga saat ini (9 tahun). Adapun pernyataan karyawan 2 tentang strategi pemasaran sebagai berikut:

---

<sup>61</sup>Wawancara dengan Irfan selaku karyawan 1 di Palangka Raya tanggal pada 9 April 2018.

“Strategi pemasaran yang diterapkan disini paling ya karena sudah lama ya kalo dulu kurang tau mungkin strateginya kaya masang sejenis plang dan benner gitu kan sama ngasih vocher paling kaya gitu kalo mesan berapa kotak dapat vocher disini makan gratis mungkin itu aja sih Segmentasi pemasaran kami sih kalangan menengah kebawah dari pusatnya sudah gitu mas, perencanaan produknya juga kita ngikutin aja dari pusat disini kita cuman ngejalanin mas semuanya yang ngatur dari pusat, nah kalo penetapan harga itu kita ngikutin keadaannya mas kalo bahan-bahan naikan kita ngikutin juga karena bahan-bahannya kita ngambil disini juga, ya kalo pedistribusiannya gitu-gitu aja mas sama lah dengan warung atau rumah makan lainnya tamu datang kita layani.”<sup>62</sup>

Pernyataan yang dikatakan oleh Sahadam selaku karyawan 2, mengenai strategi Pemasaran yang diterapkan Rumah makan Wong Solo yaitu memasang plang, banner-banner dan memberikan vocher makan gratis bagi yang memesan dengan jumlah banyak. Tujuannya agar konsumen datang kembali membeli produk-produk dari Rumah makan Wong Solo. Sedangkan segmentasi sasaran pemasaran dari rumah makan wong solo adalah masyarakat menengah kebawah karena menurut Sahadam semuanya sudah di atur oleh perusahaan pusat sehingga cabang-cabang yang ada di daerah menjalankan apa yang sudah direncanakan oleh perusahaan pusat. Adapun pendistribusian produk kepada konsumen menurut Sahadam sama dengan rumah makan lainnya yaitu konsumen datang lalu dilayani.

Sedangkan menurut Manajer Rumah makan Wong Solo Cabang Palangka Raya yang bernama M. Salafuddin merupakan seseorang yang tugaskan oleh perusahaan Wong Solo untuk mengelola rumah makan

---

<sup>62</sup>Wawancara dengan Sahadam karyawan 2 di Palangka Raya pada tanggal 9 April 2018.



cabang di Palangka Raya, M. Salafuddin sendiri Manajer Rumah makan Wong Solo Palangka Raya sudah bekerja sejak tahun 2007 hingga sekarang (11 tahun). pernyataan manager adalah sebagai berikut:

“Strategi pemasaran kita utama ya itu pertama warga sekitar, kedua penyebaran brosur, ketiga pemasaran lewat media sosial fb dan instagram keempat pemasaran dengan bonus (*voucher*), segmentasi pemasaran kita disini masyarakat kalangan menengah kebawah, perencanaan produk itu semuanya dari pusat jadi kita disini hanya menjalankan saja nanti setiap beberapa bulan sekali tim pengawas dari pusat ngawasin kinerja kita, penetapan harga itu disesuaikan dengan pasar jika barang naik maka harganya kita naikan juga menyesuaikan dengan harga yang ada dipasar, pendistribusiannya kaya biasa aja mas sama dengan yang lainnya.”<sup>63</sup>

Menurut pernyataan dari M. Salafuddin selaku manajer, bahwa Strategi Pemasaran yang diterapkan Rumah makan Wong Solo yaitu pertama warga sekitar, kedua menyebarkan brosur promosi, ketiga memasarkan produk melalui media sosial seperti *facebook* dan *instagram*, dan keempat pemasaran dengan bonus atau memberikan voucher. Tujuannya yaitu untuk menarik minat konsumen agar datang ke Rumah makan tersebut. Sedangkan segmentasi pemasaran dari rumah makan tersebut yaitu masyarakat kalangan menengah kebawah sesuai dengan standar operasional perusahaan atau SOP dari rumah makan wong solo. Perencanaan produk menurut subjek manajer semua perencanaan sudah di rencanakan oleh perusahaan pusat sehingga cabang perusahaan hanya menjalankan yang sudah di atur oleh perusahaan pusat.

---

<sup>63</sup>Wawancara dengan M. Salafuddin selaku manajer di Palangka Raya pada tanggal 9 April 2018.

## **b. Dampak Strategi Pemasaran**

Adapun dampak dari strategi yang diterapkan oleh Rumah makan Wong Solo yaitu semakin banyak nya konsumen yang datang. berikut pernyataan Karyawan 1:

“Dampak positif warung tambah ramai alhamdulillah tambah ramai terus negatif nya untuk warung kurang ramai karena dari segi pemasaran nya kurang gencar kaya di radio belum ada. Wong solo sudah taulah karena sudah lama udah kenal semua, mungkinlah penduduk palangka raya udah tau sudah pernah kesini semua udah ngga promosi-promosian lagi ya kalo pertama pembukaannya itu kurang tau sih mungkin standar pembukaan outlet itu sistem nya juga ada mungkin ya gubernur nya atau walikota nya di undang ada sampai dimasukin ke Tv juga, mungkin ada makan gratisnya juga makan 1 hari gitu.”<sup>64</sup>

Berdasarkan pernyataan dari karyawan 1, bahwa dampak positif dari strategi pemasaran Rumah makan Wong Solo yaitu meningkatkan penghasilan Rumah makan itu sendiri. Sehingga Rumah makan bisa memaksimalkan pendapatannya untuk kegiatan operasional lainnya. Namun, untuk pengiklanan di media elektronik seperti radio dan televisi belum pernah dilakukan. Sehingga kurang berdampak secara luas.

Hal demikian juga di sampaikan oleh karyawan 2 yang mengatakan sebagai berikut:

“Dampak strateginya kalo dari konsumennya kalo mereka suka ya mereka balik lagi karena orangnya ya itu itu aja sih langganan kaya kantor-kantor biasanya kan gitu kaya bank kebanyakannya orangnya itu itu aja sih orangnya.”<sup>65</sup>

Pernyataan yang didapat dari karyawan 2, bahwa dampak strategi manajemen yang diterapkan yaitu jika konsumen menyukai produk dari

<sup>64</sup>Wawancara dengan Irfan selaku karyawan 1 di Palangka Raya pada tanggal 9 April 2018.

<sup>65</sup>Wawancara dengan Sahadam selaku karyawan 2 di Palangka Raya pada tanggal 9 April 2018.

Rumah makan Wong Solo maka konsumen tersebut akan datang kembali. Karena para konsumen adalah langganan dari Rumah makan tersebut.

Sedangkan pernyataan manajer Rumah makan Wong Solo cabang Palangka:

“Dampaknya ya mempermudah konsumen mengetahui produk-produk yang dijual, apalagi untuk yang punya sosmed mengetahui langsung apa saja produk yang kami jual.”<sup>66</sup>

Menurut pernyataan dari manajer, bahwa dampak strategi pemasaran yaitu mempermudah para konsumen mengetahui produk-produk yang dipasarkan oleh Rumah makan Wong Solo. Sehingga para konsumen dapat dengan mudah mengetahui produk-produk yang dipasarkan Rumah makan.

#### **c. Penggunaan label Halalan Thayyiban**

Label Halalan Thayyiban menjadi simbol dari Rumah makan Wong Solo karena pemilik perusahaan mengutip kesuksesan dari Al-quran dan Hadist. Dengan menggunakan label Halalan Thayyiban pemilik perusahaan yakin akan membawa keuntungan yang banyak, untung dalam bentuk materi maupun dalam bentuk pahala. Berikut pernyataan dari karyawan 1:

“Menggunakan Halalan Thayyiban karena itu standar perusahaannya memang dari pusatnya gitu SOP nya begitu karena yang punya orang islam jadi disamping standar operasional perusahaan disamping itu dia juga berdakwah untuk

---

<sup>66</sup>Wawancara dengan M. Salafuddin selaku manajer di Palangka Raya pada tanggal 9 April 2018.

islam juga dengan makanan yang halal dan thayyib melalui kuliner.”<sup>67</sup>

Berdasarkan pernyataan dari karyawan 1, bahwa penggunaan label Halalan Thayyiban sudah menjadi dari standar operasional perusahaan SOP. Selain Standar perusahaan penggunaan label Halalan Thayyiban juga digunakan untuk berdakwah melalui kuliner.

Hal demikian juga di sampaikan oleh karyawan 2 yang mengatakan sebagai berikut:

“Menggunakan Halalan thayyiban karena di anjurkan dari pusat gitu lo warung makan wong solo itu istilahnya warung makan islami lah istilahnya jadi harus semuanya tu harus label halal pokonya dari kita mengambil produk pun kita cari produk-produuyk yang ada logonya halal kan gitu kaya ayam kaya tahu kita minta setifikatnya, kaya borneo kan mampu ngga mengeluarkan setifikat halal kalo mampu kita minta karena kan wong solo dari pusatnya tu dari pimpinannya yang dimedan itu kan dari pak puspo nya itu udah di anjurkan gitu pokoknya.”<sup>68</sup>

Pernyataan yang didapat dari karyawan 2, bahwa penggunaan Halalan Thayyiban sudah dari perusahaan pusat karena Rumah makan Wong Solo adalah rumah makan yang bernuansa Islami. Semua produk-produk yang disajikan Rumah makan tersebut harus mempunyai sertifikat halal.

Sedangkan Pernyataan yang disampaikan oleh manajer Rumah makan Wong Solo cabang Palangka Raya sebagai berikut:

“Menggunakan label Halalan Thayyiban karena sang owner yang punya wong solo pemilik merek mengutip kesuksesan Al-quran dan Hadist. Dengan menggunakan halalan thayyiban diyakini beliau akan membawa keuntungan yang berlipat ganda

---

<sup>67</sup>Wawancara dengan Irfan selaku karyawan 1 di Palangka Raya pada tanggal 9 April 2018.

<sup>68</sup>Wawancara dengan Sahadam selaku karyawan 2 di Palangka Raya pada tanggal 9 April 2018.

,berlipat ganda itu ya dapat untung rezeki dapat pahala juga (dunia dan akhirat).”<sup>69</sup>

Menurut pernyataan dari manajer, bahwa penggunaan label Halalan Thayyiban karena pemilik perusahaan mengutip kesuksesan dari Al-quran dan Hadist. Dengan menggunakan label Halalan Thayyiban pemilik perusahaan yakin akan membawa keuntungan yang banyak, untung dalam bentuk materi maupun dalam bentuk pahala.

#### **d. Pengaruh label Halalan Thayyiban untuk menarik konsumen**

Halalan Thayyiban menjadi suatu simbol dari Rumah makan Wong Solo. Hal ini sangat berpengaruh bagi seorang muslim yang dianjurkan mencari makanan yang Halal dan baik, berikut pernyataan karyawan 1:

“label Halal Thayyiban ini berpengaruh banget karena untuk label Halalan Thayyiban itu harus dari MUI untuk mendapat label Halalan Thayyiban itu disamping itu masyarakat kalteng ini kan juga banyak yang muslim orang-orangan bisa lihat jua milih-milih jua makanan yang standarnya orang muslim itu gimana yang ngga muslim juga pilih yang Halalan Thayyiban juga yang ngga muslim jadi ya mempengaruhi juga ya menurut saya mempengaruhi juga walaupun ngga ada Halalan Thayyiban tapi orang-orang itu memilih yang Halalan Thayyiban, proses ayam waktu disembelih proses pemasakan proses pembersihan kan harus baik semua, dari produsen ayam pun kita minta juga setifikat halal nya pokoknya dari langganan pengambilan bahan baku itu kita cari yang ada label Halalnya kan gitu soalnya kita mau mendapatkan setifikat halal kan dari bahan-bahan kitakan.”<sup>70</sup>

Berdasarkan pernyataan dari karyawan 1, bahwa label Halalan Thayyiban sangat berpengaruh karena mendapatkan label tersebut harus mendapatkan persetujuan dari MUI. Menurut subjek karyawan 1

<sup>69</sup>Wawancara dengan M. Salafuddin selaku manajer di Palangka Raya pada tanggal 9 April 2018.

<sup>70</sup>Wawancara dengan Irfan selaku karyawan 1 di Palangka Raya pada tanggal 9 April 2018.



masyarakat kalteng yang muslim dapat memilih makan yang halal menurut ajaran Islam.

Hal demikian juga di sampaikan oleh karyawan 2 berikut pernyataan dari karyawan 2 tentang pengaruh label Halalan Thayyiban:

“Label halal berpengaruh sih sebenarnya kebanyakan ya kalo orang yang islamnya kental ya orang yang memang agamanya kuat ya kaya sebagian yang pakai hijab itu dia mencari yang halal kalo dia makan tapi ya selama ini ngga ngaruhkan ke yang non muslim mereka juga ya masuk juga kan sebenarnya sih sama aja penting kita yakinkan halal gitu tapi orang islam kan harus di anjurkan makanlah makanan yang halal kan gitu.”<sup>71</sup>

Penyataan yang didapat karyawan 2, label Halalan Thayyiban berpengaruh untuk menarik konsumen, jika seseorang Islamnya kuat maka seseorang tersebut memilih makanan yang halal karena umat muslim di anjurkan untuk memakan makanan yang halal. Seoseorang yang non muslimpun datang untuk makan di Rumah makan Wong Solo.

Sedangkan pernyataan manajer Rumah makan Wong Solo mengenai pengaruh label Halalan Thayyiban sebagai berikut:

“Label Halalan Thayyiban sangat sangat berpengaruh karena label halalan wa thayyiba n menjadi ciri khas dari rumah makan wong solo yang dapat di terima semua kalangan masyarakat.”<sup>72</sup>

Menurut pernyataan dari subjek manajer, label Halalan Thayyiban berpengaruh untuk menarik konsumen, karena Halalan Thayyiban menjadi ciri khas khusus dari Rumah makan Wong Solo. Ciri khas khusus ini di anggap dapat di terima oleh semua kalangan masyarakat.

---

<sup>71</sup>Wawancara dengan Sahadam selaku karyawan 2 di Palangka Raya pada tanggal 9 April 2018.

<sup>72</sup>Wawancara dengan M. Salafuddin selaku manajer di Palangka Raya pada tanggal 19 April 2018.



## **2. Tanggapan Konsumen terhadap penerapan Label Halalan Thayyiban pada Rumah Makan Wong Solo.**

### **a. Kenapa tertarik makan di Rumah makan Wong Solo**

Subjek Konsumen 1 bernama Ifan, yang beralamat di jalan Thamrin No.1 Kota Palangka Raya, merupakan salah satu konsumen rumah makan Wong Solo. Informan mengatakan tentang ketertarikannya makan di rumah makan Wong Solo:

“Saya tertarik makan disini makanannya enak, tempatnya juga enak santai pelayan nya ramah tamah dan pakaiannya juga rapi karena kan menggunakan hijab sehingga membuat tertarik makan disini”.<sup>73</sup>

Menurut subjek 1 jadi tertarik makan di rumah makan wong solo karena makanannya enak tempatnya santai, karyawannya sopan santun dan karyawan perempuannya pakai hijab sehingga membuat informan 1 tertarik makan di rumah makan wong solo.

Hal demikian juga di sampaikan oleh subjek Konsumen 2 bernama Toni, yang berasal banjarmasin, merupakan salah satu konsumen rumah makan Wong Solo. Berikut pernyataan dari konsumen 2 tentang ketertarikan makan di rumah makan Wong Solo:

“Tertarik makan disini karena makan disini nyaman dan juga halal, halal nya juga sudah terjamin kan disini pelayan nya juga sopan santun karena itu saya tertatik makan disini karena pengunjung kaya kitakan maunya dilayani dengan baik kan nah disini itu kita dilayani dengan baik oleh karyawannya”.<sup>74</sup>

---

<sup>73</sup>Wawancara dengan Bapak Ifan selaku subjek konsumen 1 di Palangka Raya pada tanggal 14 Mei 2018

<sup>74</sup>Wawancara dengan Bapak Toni selaku Subjek 2 di Palangka Raya pada tanggal 14 Mei 2018.

Bedasarkan pernyataan dari subjek 2, alasannya tertarik untuk makan di rumah makan wong solo karena makanan yang di sajikan oleh rumah makan tersebut diyakininya halal, dan karyawan yang ramah, sopan, dan santun juga membuat subjek 2 tertarik.

Selanjutnya hal demikian juga disampaikan oleh subjek Konsumen 3 bernama Hidayat, yang berasal dari Muara Teweh merupakan salah satu konsumen rumah makan Wong Solo. Berikut pernyataan informan 3:

“Selain makanannya enak mencari menu yang di inginkan pun mudah, menu yang saya suka disini ya itu bebek goreng. Pelayanannya bagus mungkin itu juga yang bikin saya tertarik makan disini”.<sup>75</sup>

Menurut pernyataan yang dikatakan oleh subjek 3, bahwa alasannya tertarik untuk makan di rumah makan wong solo karena makannya nyaman dan menu yang diinginkan mudah dicari di rumah makan tersebut. Adapun makan kesukaan subjek 3 di rumah makan wong solo bebek goreng. Pelayanan yang diberikan bagus sehingga subjek 3 tertarik untuk makan di rumah makan tersebut.

Sedangkan pernyataan dari Konsumen 4 bernama Fitri, beralamat di jalan Hiu Putih No.25 kota Palangka Raya, yang merupakan salah satu konsumen rumah makan Wong Solo. mengatakan tentang ketertarikannya makan di rumah makan Wong Solo sebagai berikut:

“Saya tertarik makan disini karena tempat nya strategis kalo menurut saya disini strategis sih soalnya ditengah kota dan

---

<sup>75</sup>Wawancara Informan Bapak Hidayat selaku Subjek 3 di Palangka Raya pada tanggal 14 Mei 2018.

makanannya disini juga enak rela aja jauh tempat saya di hui putih kesini'.<sup>76</sup>

Berdasarkan pernyataan yang dikatakan oleh subjek 4, bahwa alasannya tertarik untuk makan di rumah makan wong solo karena lokasi tempatnya strategis, menurut subjek 4 letaknya ditengah-tengah kota dan makannya pun nyaman sehingga membuat subjek 4 datang kerumah makan wong solo walaupun rumah nya cukup jauh dari rumah makan wong solo.

Subjek konsumen 5 bernama Arifin, yang beralamat di jalan Paus I No.5 Kota Palangka Raya, merupakan salah satu konsumen rumah makan Wong Solo. Mengatakan ketertarikannya makan di rumah makan Wong Solo sebagai berikut:

“Tertarik makan disini sebenarnya karena selain makannya sambal nya enak disini pas dengan menu yang disukai juga tempatnya nyaman bersih, pelayannya juga bagus disini ya kaya memberi kesan lah supaya kesini lagi”.<sup>77</sup>

Berdasarkan pernyataan dari subjek 5, tertarik makan di rumah makan wong solo karena selain makannya yang nyaman di rumah makan tersebut juga menyediakan menu yang subjek 5 suka, tempat yang disediakan juga nyaman dan bersih sehingga memberikan kesan yang baik bagi subjek 5.

Hal demikian juga di sampaikan oleh Konsumen 6 bernama Suharti, beralamat di jalan Beliang VIII No.10 Kota Palangka Raya, yang

---

<sup>76</sup>Wawancara dengan Ibu Fitri selaku Subjek 4 di Palangka Raya pada tanggal 14 Mei 2018.

<sup>77</sup>Wawancara dengan Saudara Arifin selaku Subjek 5 di Palangka Raya pada tanggal 18 Mei 2018.

merupakan salah satu konsumen rumah makan Wong Solo. mengatakan sebagai berikut:

“Tertarik makan disini ya, Karena masakannya aja enak beda lah sama yang lain bukan maksud membandingkan ya tapi memang kalo disini menurut saya paling enak apalagi cumi asam manisnya”.<sup>78</sup>

Berdasarkan pernyataan yang dikatakan oleh subjek 6, tertarik makan di rumah makan wong solo karena masakannya nyaman, berbeda dengan rumah makan lain akan tetapi subjek 6 tidak bermaksud membandingkan, menurut subjek 6 dirumah makan wong solo nyaman apalagi cumi asam manisnya yang membuat informan tertarik lagi untuk makan di rumah makan tersebut.

Subjek Konsumen 7 bernama Ayu, beralamat di jalan Temanggung Tilung VIII No.30 Kota Palangka Raya, merupakan salah satu konsumen rumah makan Wong Solo. mengatakan tentang ketertarikannya makan di rumah makan Wong Solo sebagai berikut:

“Jadi tertarik makan disini karena makananya enak, cepat, lengkap, praktis, murah dan terjangkau disini makanan yang saya inginkan semua ada makannya sering makan disini dan tertarik makan disini”.<sup>79</sup>

Berdasarkan pernyataan yang dikatakan oleh subjek 7, tertarik makan dirumah makan wong solo karena makananya nyaman, cepat, lengkap, praktis, murah dan terjangkau. Menurut subjek 7 makanan yang diinginkan semua tersedia dirumah makan wong solo karena itulah membuat subjek 7 tertarik untuk makan dirumah makan wong solo.

---

<sup>78</sup>Wawancara dengan Saudari Suharti selaku Subjek 6 di Palangka Raya pada tanggal 18 Mei 2018.

<sup>79</sup>Wawancara dengan Ibu Ayu selaku Subjek 7 di Palangka Raya pada tanggal 21 Mei 2018.

Hal tersebut juga di sampaikan oleh subjek Konsumen 8 bernama Saidah, yang beralamat di jalan Arwana No.5 Kota Palangka Raya, juga merupakan salah satu konsumen rumah makan Wong Solo. Berikut pernyataan dari konsumen 8 tentang ketertarikan makan di rumah makan Wong Solo:

“Alasan tertarik makan disini karena 1 tempatnya nyaman, 2 tidak ribet cepat nunggu makanannya tidak terlalu lama, kalo lama kan nunggunya bisa jera saya tapi kalo disini cepat menurut saya”.<sup>80</sup>

Menurut pernyataan yang dikatakan oleh subjek 8, alasan tertarik untuk makan di rumah makan wong solo karena tempatnya nyaman, menunggu makanannya tidak terlalu lama sehingga membuat subjek 8 tertarik makan di rumah makan wong solo.

**b. Apakah label Halalan Thayyiban menjadi salah satu faktor makan disini**

Label Halalan Thayyiban merupakan salah satu faktor bagi kaum muslim untuk makan di Rumah makan Wong Solo, berikut pernyataan subjek 1 tentang hal tersebut:

“Label halal sebenarnya tidak ngaruh karena saya sudah yakin makanan disini halal, kan sudah disini juga karyawan perempuannya menggunakan hijab jadi yakin lah disini makanannya semua halal sesuai dengan label nya yang ada bannernya”.<sup>81</sup>

---

<sup>80</sup>Wawancara dengan Ibu Saidah selaku Informan 8 di Palangka Raya pada tanggal 21 Mei 2018.

<sup>81</sup>Wawancara dengan Bapak Ifan selaku Subjek 1 di Palangka Raya pada tanggal 14 Mei 2018.

Berdasarkan hasil wawancara dengan subjek 1, label Halalan Thayyiban sebenarnya tidak terlalu mempengaruhinya untuk makan di rumah makan wong solo karena subjek 1 sudah yakin dengan rumah makan tersebut dan melihat karyawannya memakai hijab menambah keyakinan subjek 1 untuk makan di rumah makan tersebut.

Hal demikian juga disampaikan oleh subjek 2, berikut pernyataan subjek 2 mengenai label Halalan Thayyiban sebagai salah satu faktor untuk makan di Rumah makan Wong Solo:

“Pasti, karena saya umat islam jadi yakin untuk makan di Rumah makan Wong Solo karena kan saya dari Banjarmasin disini hanya ada urusan pekerjaan aja disini jadi saya memilih makanan yang pasti yang saya tau halal”.<sup>82</sup>

Pernyataan yang dikatakan oleh subjek 2, halal thayyiban menjadi salah satu faktor subjek 2 untuk makan di rumah makan wong solo, karena subjek umat islam sehingga mencari tempat makan yang benar-benar halal dan baik.

Selanjutnya subjek 3 menyatakan bahwa label Halalan Thayyiban merupakan salah satu faktor untuk makan di Rumah makan Wong Solo:

“Label halal ini iya tapi saya sudah lebih lama mengenal wong solo sudah berapa tahun, yang saya tau itu halal semua, memang sih kalo ada label itu kan kita ngga ragu lagi makan di sini”.<sup>83</sup>

Berdasarkan pernyataan yang dikatakan oleh subjek 3, label Halalan Thayyiban menjadi salah satu faktor untuk makan di rumah makan wong solo, menurutnya subjek 3 sudah lama mengenal rumah

---

<sup>82</sup>Wawancara dengan Bapak Toni selaku Subjek 2 di Palangka Raya pada tanggal 14 Mei 2018.

<sup>83</sup>Wawancara dengan Bapak Hidayat selaku Subjek 3 di Palangka Raya pada tanggal 14 Mei 2018.



makan wong solo, dan subjek 3 mengatakan bahwa yang dipasarkan oleh rumah makan diyakininya halal.

Hal tersebut disampaikan lagi oleh subjek Konsumen 4 yang mengatakan sebagai berikut:

“Label halal ya karena saya muslim jadi mencari tempat yang halal karena kan sesuai syariat islam thayyiban kan juga artinya baik jadi ngga diragukan lagi makan disini sudah halal thayyiban lagi”.<sup>84</sup>

Menurut pernyataan yang dikatakan oleh subjek 4, bahwa label Halalan Thayyiban menjadi salah satu faktor untuk makan di rumah makan di rumah makan wong solo, karena subjek 4 seorang muslim makan harus mencari makan yang halal dan baik, menurut subjek 4 dengan label Halalan Thayyiban ini tidak ada keraguan lagi makan dirumah makan tersebut.

Subjek Konsumen 5 mengatakan bahwa label Halalan Thayyiban tidak berpengaruh, karena subjek 5 non-muslim, berikut pernyataan yang dikatakan oleh subjek 5:

“Kalo itu tidak pengaruh bagi saya karena saya kan non-muslim, agama saya Kristen jadi nggak pengaruh sih dengan label halal itu. kalo saya kesini itu karena menu nya pas dengan yang saya suka cah kangkung dengan nila asam manis”.<sup>85</sup>

Menurut pernyataan dari subjek 5, bahwa label Halalan Thayyiban tidak memengaruhinya untuk makan di rumah makan wong solo karena subjek 5 seorang non-muslim, menurut subjek 5 alasannya untuk makan

<sup>84</sup>Wawancara dengan Ibu Fitri selaku Subjek 4 di Palangka Raya pada tanggal 14 Mei 2018.

<sup>85</sup>Wawancara dengan Saudara Arifin selaku Subjek 5 di Palangka Raya pada tanggal 18 Mei 2018.

di rumah makan wong solo karena menu yang disajikan di rumah makan wong solo cocok dengan seleranya dan juga menu kesukaan subjek 5 ada di rumah makan tersebut.

Sedangkan Subjek Konsumen 6 mengatakan bahwa label Halalan Thayyiban menjadi salah satu faktor makan di Rumah makan Wong Solo berikut pernyataan dari subjek 6:

“kalo saya sih label itu ngaruh ya karena saya orang islam mencari makan yang memang dijamin halal sesuai dengan anjuran agama, disini kan sudah gede tulisan halalnya, itu sudah cukup membuat saya yakin”.<sup>86</sup>

Pernyataan yang dikatakan oleh subjek 6, bahwa label Halalan Thayyiban memperngaruhi untuk membuat keputusan makan di rumah makan wong solo, karena menurut subjek 6 orang muslim harus mencari makanan yang di jamin halalnya menurut ajaran islam, menurut subjek dengan label Halalan Thayyiban tersebut sudah cukup membuat yakin.

Subjek Konsumen 7 juga mengatakan hal demikian, berikut adalah pernyataan subjek 7 mengenai label Halalan Thayyiban yang menjadi salah satu faktor untuk makan di Rumah makan Wong Solo:

“Pasti itu karena saya kan orang muslim jadi memilih makanan yang halal saya pernah dengar ceramah dari ustadz waktu arisan katanya jika memakan yang tidak halal atau haram itu doa tidak dikabulkan selama 40 hari, amalan tidak diterima selama 40 hari dan seterusnya saya lupa selanjutnya nah untuk itu saya menjaga mencari makan yang benar-benar halal”.<sup>87</sup>

Menurut pernyataan yang dikatakan oleh subjek 7, label Halalan Thayyiban tersebut memperngaruhinya untuk makan dirumah makan

<sup>86</sup>Wawancara dengan Saudari Suharti selaku Subjek 6 di Palangka Raya pada tanggal 18 Mei 2018.

<sup>87</sup>Wawancara dengan Ibu Ayu selaku Subjek 7 di Palangka Rya pada tanggal 21 Mei 2018.

wong solo, karena menurut subjek 7 pernah mendengar ceramah ustadz jika memakan yang tidak halal atau haram makan doa dan amal tidak dikabulkan selama 40 hari sehingga menurut subjek 7 harus mencari makanan yang benar-benar halal.

Subjek Konsumen 8 juga mengatakan hal demikian, menurut subjek 8 label Halalan Thayyiban menjadi salah satu faktor untuk makan di Rumah makan Wong Solo, setiap seorang muslim harus mencari makanan yang halal. Berikut pernyataan subjek 8:

“Label halal itu ya secara pribadi bagi saya itu mempengaruhi. Sebagai seorang muslim harus mencari makanan yang benar-benar, halal karena sekarang mulai ada rumah makan yang memasang label halal tapi pemilik warungnya non-muslim kita jadi harus benar teliti kita tidak tahu wajan dan lain-lain nya bekas memasak yang haram-haramkan jadi harus teliti lah sekarang ini”.<sup>88</sup>

Berdasarkan pernyataan yang dikatakan oleh subjek 8, label Halalan Thayyiban tersebut mempengaruhi untuk makan di rumah makan wong solo. Sebagai seorang muslim harus mencari makanan yang benar-benar terjamin kehalalannya. Menurut subjek 8 sekarang sudah ada yang memasang label halal padahal sang pemilik rumah makan beragama non-muslim sehingga menurut subjek 8 harus lebih teliti rumah makan.

**c. Bagaimana menurut anda dengan harga yang ditetapkan wong solo.**

Subjek Konsumen 1 mengatakan bahwa harga yang diterapkan Rumah makan Wong Solo relatif terjangkau dan sebanding dengan apa yang di sajikan, berikut adalah pernyataan yang dikatakan subjek 1:

---

<sup>88</sup>Wawancara dengan Ibu Saidah selaku Subjek 8 di Palangka Raya pada tanggal 21 Mei 2018.

“Kalo masalah harga sih itu relatif kalo menurut saya sih harga yang ditawarkan dengan apa yang berikan itu sebanding aja makananya juga enak jadi kalo menurut saya sih pas aja”.<sup>89</sup>

Pernyataan yang dikatakan oleh subjek 1, harga itu relatif, harga yang ditawarkan oleh rumah makan wong solo itu sudah sesuai dengan apa yang disajikan oleh rumah makan wong solo sehingga berdasarkan pernyataan dari subjek 1 harga tersebut sesuai dengan yang disajikan.

Subjek Konsumen 2 juga mengatakan demikian harga yang diterapkan sesuai dengan yang disajikan oleh Rumah makan Wong Solo, berikut pernyataan yang dikatakan oleh subjek 2:

“Masalah harga menurut saya sesuai aja dengan makanannya apalagi di kalteng kan biaya hidupnya agak tinggi, bahan baku juga agak mahal jadi kalo menurut saya harganya sesuai aja relatif lah gitu mengikuti keadaan yang di daerah”.<sup>90</sup>

Menurut subjek 2 menyatakan, bahwa harga yang diterapkan oleh rumah makan wong solo kota Palangka Raya sudah sesuai dengan apa yang disajikan oleh rumah makan tersebut, karena menurut subjek 2 di kalteng biaya hidup lebih tinggi daripada tempat asal subjek 2 yaitu Banjarmasin sehingga menurut subjek 2 harga itu relatif sesuai dengan apa yang di sajikan.

Hal ini juga sampaikan subjek Konsumen 3 yang mengatakan harga yang ditetapkan sebanding dengan yang disajikan, berikut adalah pernyataan dari subjek 3:

---

<sup>89</sup>Wawancara dengan Bapak Ifan selaku Subjek 1 di Palangka Raya pada tanggal 14 Mei 2018.

<sup>90</sup>Wawancara dengan Bapak Toni selaku Subjek 2 di Palangka Raya pada tanggal 14 Mei 2018.

“Harga nya sesuai aja dengan makanan yang disajikan, kalo disini harga seitu ngga terlalu mahal ngga juga terlalu murah, menurut saya itu harganya standar aja sesuai dengan yang mereka sajikan”.<sup>91</sup>

Pernyataan yang dikatakan oleh subjek 3, bahwa harga yang di pasarkan oleh rumah makan wong solo sudah sesuai dengan apa yang disajikan oleh rumah makan tersebut, menurut informan 3 harga yang dipasarkan itu adalah harga yang standar sesuai dengan apa yang disajikan.

Subjek Konsumen 4 juga mengatakan hal demikian, menurut subjek 4 harga yang ditetapkan tidak menjadi masalah asalkan makanannya nyaman. Berikut pernyataan subjek 4:

“Harga bukan masalah, kalo disini sesuai aja sih masakannya enak juga, ya kalo menurut saya pas dengan yang di pasarkan relatif aja sesuai lah kalo menurut saya harga nya ngga terlalu mahal ngga juga terlalu murah relatif terjangkau”.<sup>92</sup>

Berdasarkan pernyataan yang dikatakan oleh subjek 4, harga bukanlah masalah apabila makanan yang disajikan nyaman, akan tetapi, menurut subjek 4 harga yang dipasarkan oleh rumah makan wong solo relatif karena sesuai dengan apa yang disajikan, menurutnya harga tersebut tidak terlalu mahal tidak juga terlalu murah, harga tersebut relatif terjangkau.

---

<sup>91</sup>Wawancara dengan Bapak Hidayat selaku Subjek 3 di Palangka Raya pada tanggal 14 Mei 2018.

<sup>92</sup>Wawancara dengan Ibu Fitri selaku Subjek 4 di Palangka Raya pada tanggal 14 Mei 2018.

Subjek Konsumen 5 juga mengatakan hal demikian, harga yang ditetapkan, menurut subjek 5 sebanding dengan makanan yang disajikan, berikut pernyataan subjek 5:

“harga itu kalo menurut saya sesuai aja dengan makannya yang dijual, harganya sebanding dengan makannya, kalo makannya seperti ini menurut saya rasa cocok aja harganya, tengah-tengah nggak mahal, ngga juga murah ya pas lah sesuai aja”.<sup>93</sup>

Pernyataan yang dikatakan oleh subjek 5, bahwa harga yang diterapkan oleh rumah makan wong solo sesuai dengan makan yang dijual, harga yang di terapkan relatif dengan makanan yang disajikan, menurut subjek 5 harga yang diterapkan tidak terlalu mahal juga tidak terlalu murah harganya relatif.

Hal demikian juga disampaikan oleh subjek Konsumen 6 yang mengatakan sebagai berikut:

“Kalo harga itu pas aja sih dengan yang diberikan makanannya enak juga kan enak, tapi kalo menurut saya itu sesuai sih dibanding masak sendiri kan beli bahan-bahan nya dipasar terus memasaknya kan perlu waktu biayanya juga mending kesini kan tinggal nunggu bentar aja sudah selesai”.<sup>94</sup>

Menurut pernyataan yang dikatakan oleh subjek 6, harga yang di pasarkan oleh rumah makan wong solo sesuai dengan makanan yang di sajikan, menurut subjek 6 di bandingkan masak sendiri maka harus membeli bahan-bahan nya terlebih dahulu, memerlukan waktu yang cukup lama sehingga menurut subjek 6 lebih baik makan di luar lebih praktis.

---

<sup>93</sup>Wawancara dengan Saudara Arifin selaku Subjek 5 di Palangka Raya pada tanggal 18 Mei 2018.

<sup>94</sup>Wawancara dengan Saudari Suharti selaku Subjek 6 di Palangka Raya pada tanggal 18 Mei 2018.



Subjek Konsumen 7 mengatakan bahwa harga yang ditetapkan oleh Rumah makan Wong Solo termasuk murah, berikut pernyataan dari subjek 7:

“Untuk harganya disini kalo pribadi saya termasuk murah apalagi nila asam manis ini biasanya tempat lain itu bisa sampai 90 ribu an kalo disini cuman 32 ribu aja, jadi menurut saya disini cukup murah dan terjangkau”.<sup>95</sup>

Pernyataan yang dikatakan oleh subjek 7, harga yang dipasarkan oleh rumah makan wong solo termasuk murah apalagi menurut subjek 7 nila asam manis ditempat lain bias sampai 92 ribu sedangkan dirumah makan wong solo hanya 32 ribu, jadi menurut subjek 7 harga yang dipasarkan cukup terjangkau.

Hal itu juga dikatakan oleh subjek Konsumen 8, berikut adalah pernyataan dari subjek 8:

“Harga kalo menurut saya disini masih terjangkau tidak terlalu mahal juga tidak terlalu murah. Dan dengan masakannya disini sesuai dengan harganya menurut saya, kalo tidak sesuaikan tidak mungkin orang banyak kesini”.<sup>96</sup>

Pernyataan yang dikatakan oleh subjek 8, harga yang dipasarkan masih terjangkau harga yang dipasarkan tersebut tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah. Menurut subjek 8 harga yang dipasarkan sesuai dengan makanan yang disajikan.

---

<sup>95</sup>Wawancara dengan Ibu Ayu selaku Subjek 7 di Palangka Rya pada tanggal 21 Mei 2018.

<sup>96</sup>Wawancara dengan Ibu Saidah selaku Subjek 8 di Palangka Raya pada tanggal 21 Mei 2018.

#### **d. Bagaimana kondisi tempat dan kebersihan Rumah Makan Wong**

##### **Solo.**

Subjek Konsumen 1 mengatakan bahwa kondisi tempat di Rumah makan Wong Solo nyaman dan bernuansa tradisional, berikut adalah pernyataan dari subjek 1:

“Kondisi tempat disini enak suasana nya tradisional gitu juga disini kebersihannya menurut saya bersih meja nya bersih piring-piringnya memang bersih banget dan penyajian makananya juga bersih”.<sup>97</sup>

Pernyataan yang dikatakan subjek 1, rumah makan wong solo tempatnya nyaman, bernuansa tradisional. Kebersihannya menurutnya di wong solo bersih terlihat dari meja, piringnya yang bersih sehingga subjek 1 merasa terpuaskan.

Subjek Konsumen 2 juga mengatakan hal demikian, berikut pernyataan yang dikatakan oleh subjek 2:

“Kalo kondisi tempat disini enak kebersihannya juga bersihlah keliatan aja mas dari pelayannya dan karyawannya disini bersih bersih, juga liat kan dari meja nya ini bersih kayaknya memang disini kebersihannya yang diutamakan”.<sup>98</sup>

Berdasarkan pernyataan dari subjek 2, rumah makan wong solo tempatnya nyaman dan kebersihannya di rumah makan wong solo bersih itu terlihat dari meja dan lainnya, menurut subjek 2 di rumah makan wong solo kebersihan menjadi prioritas utama di rumah makan wong solo.

---

<sup>97</sup>Wawancara dengan Bapak Ifan selaku Subjek 1 di Palangka Raya pada tanggal 14 Mei 2018.

<sup>98</sup>Wawancara dengan Bapak Toni selaku Subjek 2 di Palangka Raya pada tanggal 14 Mei 2018.

Subjek Konsumen 3 juga mengatakan hal demikian kondisi tempat Rumah makan Wong Solo nyaman dan lokasi nya cukup strategis, berikut pernyataan subjek 3:

“Kondisi tempat ya nyaman kalo juga tempatnya disini lumayan strategis sih kalo menurut saya karena ini kan aksesnya dekat dengan pasar besar. Masalah kebersihannya bersih ya nyaman lah disini ajak istri dan anak karena dari lantai nya bersih semua”.<sup>99</sup>

Berdasarkan pernyataan yang dikatakan oleh subjek 3, bahwa tempat atau lokasi rumah makan wong solo lumayan strategis, karena lokasi rumah makan wong solo saat ini aksesnya dekat dengan pasar besar jalan A. Yani. Kebersihannya menurut subjek 3, sudah bersih dan nyaman.

Hal demikian juga dikatakan oleh subjek Konsumen 4 yang mengatakan sebagai berikut:

“Kondisi tempatnya enak sih disini ngga terlalu panas biarpun depannya agak tandus tidak terlalu ada pohon tetapi masih adem lah tempatnya. Kalo kebersihannya disini mas nya bias lihat sendiri bersih setiap orang habis makan mejanya dibersihkan lantainya juga disapu”.<sup>100</sup>

Pernyataan yang dikatakan oleh subjek 4, bahwa kondisi tempat rumah makan wong solo nyaman tempatnya tidak panas walaupun depan halaman depan rumah makan wong solo tandus, tidak ada pohon akan tetapi tempatnya masih tetap nyaman. Kebersihannya menurut informan

---

<sup>99</sup>Wawancara dengan Bapak Hidayat selaku Subjek 3 di Palangka Raya pada tanggal 14 Mei 2018.

<sup>100</sup>Wawancara dengan Ibu Fitri selaku Subjek 4 di Palangka Raya pada tanggal 14 Mei 2018.

5 bersih menurutnya dirumah makan wong solo setiap pelanggan habis makan meja dan lantai nya selalu dibersihkan.

Subjek Konsumen 5 mengatakan lokasi Rumah makan Wong Solo agak jauh dari Rumah subjek 5, akan tetapi hal tersebut tidak jadi masalah, berikut adalah pernyataan dari subjek 5:

“Kondisi tempat sih agak jauh ya karena ya kesini dari ujung ke ujung rumah saya kan di jalan paus rajawali km 6. Tapi itu nggak masalah sih kalo memang kita mau dan ketagihan sama makannya kan kita kesana makan. Kebersihannya disini bersih semuanya”.<sup>101</sup>

Berdasarkan pernyataan yang dikatakan oleh subjek 5, bahwa lokasi tempat rumah makan wong solo jauh dari rumah informan 5, akan tetapi hal itu tidak terlalu dipermasalahkannya karena informan 5 memang suka makan disana. Adapun kebersihannya menurut informan 5 dirumah makan wong solo secara keseluruhan bersih.

Sedangkan subjek Konsumen 6 mengatakan bahwa kondisi tempatnya nyaman dan cukup strategis. berikut pernyataan yang dikatakan subjek 6:

“Kondisi tempatnya nyaman dan cukup strategis. Kebersihannya disini bersih sih sejuk kalo dilihat itu enak tempatnya. Saya perhatiin sehabis orang makan itu bekas bekas nya langsung di bersihkan jadi kita ngelihat nya enak ya bersih lah”.<sup>102</sup>

Pernyataan yang dikatakan oleh subjek 6 mengatakan, kondisi tempat rumah makan wong solo nyaman dan lokasinya cukup strategis. Kebersihannya menurut subjek 6 bersih dan sejuk sehingga nyaman di

<sup>101</sup>Wawancara dengan Saudara Arifin selaku Subjek 5 di Palangka Raya pada tanggal 18 Mei 2018.

<sup>102</sup>Wawancara dengan Saudari Suharti selaku Subjek 6 di Palangka Raya pada tanggal 18 Mei 2018.

pandang, subjek 6 memperhatikan setiap pelanggan selesai makan maka meja dan tempat tersebut segera dibersihkan.

Selanjutnya hal demikian juga disampaikan oleh subjek Konsumen 7 yang mengatakan sebagai berikut:

“Kondisi tempat disini cukup strategis ya suami saya kan kerjanya di bandara jadi saya dan suami saya sering makan disini. Kebersihannya disini bersih pelayannya juga ramah-ramah”.<sup>103</sup>

Menurut pernyataan yang dikatakan oleh subjek 7, kondisi tempat dari rumah makan wong solo cukup strategis. Apalagi lokasi dari rumah makan wong solo cukup dekat dengan bandara dimana dari subjek 7 bekerja di bandara sehingga membuat subjek 7 dan suaminya sering makan di rumah makan wong solo. Kebersihan tempatnya menurut subjek 7 bersih para karyawannya juga ramah-ramah.

Sedangkan subjek Konsumen 8 juga mengatakan hal demikian bahwa lokasi tempat Rumah makan Wong Solo strategis karena aksesnya dekat bandara dan juga dekat dengan pasar besar, berikut pernyataan dari subjek 8:

“Tempat lokasinya kalo disini strategis karena aksesnya sini dekat sama bandara kan dekat juga pasar juga dekat, kalo kondisi tempatnya disini cukup nyaman bersih, kebersihannya sini bersih, biar banyak orang karyawan nya dengan cepat membersihkan meja dan lantainya, bersih-bersih tempatnya”.<sup>104</sup>

Berdasarkan pernyataan yang dikatakan oleh subjek 8, lokasi rumah makan strategis karena disini dekat sama bandara dan dekat juga

<sup>103</sup>Wawancara dengan Ibu Ayu selaku Subjek 7 di Palangka Rya pada tanggal 21 Mei 2018.

<sup>104</sup>Wawancara dengan Ibu Saidah selaku Subjek 8 di Palangka Raya pada tanggal 21 Mei 2018.

sama pasar besar. Kondisi tempatnya menurut subjek 8 cukup nyaman dan bersih. Kebersihan rumah makan wong solo menurut subjek 8 bersih walaupun banyak pelanggan yang datang tetapi karyawannya dengan cepat membersihkan meja dan lain-lainnya sehingga menjadi bersih.

**e. Bagaimana menurut anda pelayanan di rumah makan wong solo.**

Subjek Konsumen 1 mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Rumah makan Wong Solo sebagai berikut:

“Pelayanan disini bagus, cuman waktu penyajiannya makanannya perlu ditingkatkan lagi supaya menunggu tidak terlalu lama, karena kan kita makan kaya gini makan siang gitu keburu masuk kerja jadi perlu ditingkatkan”.<sup>105</sup>

Menurut pernyataan dari subjek 1, pelayanan dari rumah makan wong solo sudah bagus, hanya penyajiannya perlu ditingkatkan lagi agar menunggu makan tidak terlalu lama karena siang waktu istirahat kantor terbatas.

Subjek Konsumen 2 mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan Rumah makan Wong Solo sudah bagus menurut subjek 2 Wong Solo juga islami, berikut adalah pernyataan yang dikatakan oleh subjek 2:

“Menurut saya pelayanan yang diberikan wong solo ini sudah baik disini itu islami, jadi enak banget karyawan nya ramah kalo perempuan pakai hijab, kalo laki-laki menggunakan pakaian yang rapi yang enak lah dilihat”.<sup>106</sup>

Berdasarkan pernyataan dari subjek 2, pelayanan yang di berikan oleh rumah makan wong solo sudah baik, menurut subjek 2 di rumah

<sup>105</sup>Wawancara dengan Bapak Ifan selaku Subjek 1 di Palangka Raya pada tanggal 14 Mei 2018.

<sup>106</sup>Wawancara dengan Bapak Toni selaku Subjek 2 di Palangka Raya pada tanggal 14 Mei 2018.



makan wong solo terlihat islam karena karyawan-karyawan perempuan menggunakan hijab rapi dan laki-laki menggunakan pakaian yang rapi sehingga nyaman untuk dilihat.

Subjek Konsumen 3 mengatakan hal demikian, bahwa pelayanan Rumah makan Wong Solo bagus, tamu sangat di hormati, berikut adalah pernyataan yang dikatakan oleh subjek 3:

“Pelayanan disini bagus tamu itu dihargai banget jadi kita merasa nyaman lah disini, saya kan suka bawa keluarga kesini anak dan istri. Karyawan nya disini sopan beretikalah gitu”.<sup>107</sup>

Menurut pernyataan yang dikatakan oleh subjek 3, bahwa pelayanan yang diberikan oleh rumah makan wong solo sudah bagus, menurut subjek 3 tamu di rumah makan wong solo sangat di hargai sehingga membuat subjek 3 merasa nyaman.

Subjek Konsumen 4 juga mengatakan hal demikian, berikut adalah pernyataan yang dikatakan oleh subjek 4:

“Pelayanannya disini bagus sih karyawannya rapi bersih perempuannya pakai hijab semua jadi serempak gitu. Penyajian makanannya disini juga bagus lumayan cepat”.<sup>108</sup>

Berdasarkan pernyataan yang dikatakan oleh subjek 4, pelayanan yang diberikan oleh rumah makan wong solo bagus, karyawannya rapi dan bersih, karyawan perempuan mengenakan hijab semua sehingga terlihat serempak. Adapun penyajian makanan di rumah makan wong solo lumayan cepat.

---

<sup>107</sup>Wawancara dengan Bapak Hidayat selaku Subjek 3 di Palangka Raya pada tanggal 14 Mei 2018.

<sup>108</sup>Wawancara dengan Ibu Fitri selaku Subjek 4 di Palangka Raya pada tanggal 14 Mei 2018.

Selanjutnya subjek Konsumen 5 mengatakan hal demikian karyawan di Rumah makan Wong Solo ramah dan sopan sehingga membuat nya merasa nyaman, berikut adalah pernyataan yang dikatakan oleh subjek 5:

“Pelayanannya disini ramah sopan saya suka lah dengan pelayanan nya biarpun saya non-muslim kalo melihat orang berpakaian berkerudung gitukan enak juga dipandang”.<sup>109</sup>

Menurut pernyataan yang dikatakan oleh subjek 5, bahwa pelayanan rumah makan wong solo ramah dan sopan, walaupun subjek 5 non-muslim akan tetapi subjek 5 menyukai karyawan yang memakai hijab karena menurut subjek 5 karyawan perempuan yang memakai hijab itu nyaman di pandang.

Subjek Konsumen 6 juga mengatakan hal demikian berikut adalah pernyataan yang dikatakan oleh subjek 6:

“oh pelayanannya ya bagus sih disini kita layani dengan ramah dan sopan apalagi tuh mba-mba nya pada pakai hijab rapi mba-mbanya juga ramah. Penyajiannya juga disini menurut saya ngga terlalu lama”.<sup>110</sup>

Berdasarkan pernyataan yang dikatakan oleh subjek 6, pelayanan yang diberikan oleh rumah makan wong solo sudah bagus, karena menurut subjek 6 setiap pelanggan datang makan di sambut dengan ramah dan sopan, penyajiannya juga menurut subjek dirumah makan wong solo menunggu tidak terlalu lama.

---

<sup>109</sup>Wawancara dengan Saudara Arifin selaku Subjek 5 di Palangka Raya pada tanggal 18 Mei 2018.

<sup>110</sup>Wawancara dengan Saudari Suharti selaku Subjek 6 di Palangka Raya pada tanggal 18 Mei 2018.

Sedangkan subjek Konsumen 7 mengatakan pelayanan yang diberikan oleh Rumah makan Wong Solo sudah cukup bagus, akan tetapi pelayanannya perlu ditingkatkan lagi, berikut pernyataan subjek 7:

“Pelayanan disini ya sudah cukup bagus, tapi penyajiannya perlu ditingkatkan lagi disini kalo kita makan itu kadang cepat kadang lama banget sampai bosan menunggu mungkin itu sekalian masukannya”.<sup>111</sup>

Berdasarkan pernyataan yang dikatakan oleh subjek 7, pelayanan rumah makan wong solo sudah cukup bagus, akan tetapi dalam penyajian makanannya perlu ditingkatkan lagi, karena penyajiannya kadang-kadang cepat dan kadang-kadang terlalu lama.

Hal demikian juga disampaikan subjek Konsumen 8 yang mengatakan pelayanan Rumah makan Wong Solo bagus, karena karyawannya tanggap juga berpakaian rapi, berikut adalah pernyataan yang dikatakan oleh subjek 8:

“Pelayanannya bagus disini cepat tanggap juga rapi apalagi yang perempuan menggunakan baju syari’i membuat yakin lah makan disini tanpa ragu lagi karena sekarang kalo mengandalkan label halal saja belum cukup harus benar-benar teliti dengan makanan yang kita makan”.<sup>112</sup>

Pernyataan yang dikatakan oleh subjek 8, pelayanan rumah makan wong solo sudah bagus para karyawannya cepat tanggap dan berpakaian rapi, terlebih karyawan perempuannya menggunakan hijab sehingga membuat subjek 8 yakin untuk makan dirumah makan wong solo.

<sup>111</sup>Wawancara dengan Ibu Ayu selaku Subjek 7 di Palangka Rya pada tanggal 21 Mei 2018.

<sup>112</sup>Wawancara dengan Ibu Saidah selaku Subjek 8 di Palangka Raya pada tanggal 21 Mei 2018.

**f. Apakah puas dengan pelayanan Rumah Makan Wong Solo.**

Subjek Konsumen 1 mengatakan sejauh ini cukup puas dengan pelayanan Rumah makan Wong Solo, berikut adalah pernyataan yang dikatakan oleh subjek 1:

“Sejauh ini puas dengan pelayanannya karena disini pelayannya ramah juga sopan, kalo pelayannya ramah dan berpakaian sopan kan kita enak juga. Mungkin hanya penyajian makanannya aja yang perlu di perbaiki agar tidak menunggu terlalu lama”.<sup>113</sup>

Berdasarkan wawancara dengan subjek 1, sejauh ini subjek 1 merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan wong solo, hanya saja penyajian makannya perlu diperbaiki agar tidak terlalu lama.

Subjek Konsumen 2 juga mengatakan hal demikian, berikut adalah pernyataan yang dikatakan oleh subjek 2:

“Sejauh ini puas karena cepat ngga terlalu lama kadang kadang dirumah makan itu kan terlalu lama, kalo di rumah makan wong solo cepat lah, orang-orang kan nggak suka menunggu terlalu lama mencarinya yang cepat”.<sup>114</sup>

Menurut pernyataan subjek 2, sejauh ini puas dengan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan wong solo. Pelayanan penyajian makanan yang diberikan oleh rumah makan tersebut tidak terlalu lama karena menurut subjek 2 setiap orang mencari makan yang cepat dan praktis.

---

<sup>113</sup>Wawancara dengan Bapak Ifan selaku Subjek 1 di Palangka Raya pada tanggal 14 Mei 2018.

<sup>114</sup>Wawancara dengan Bapak Toni selaku Subjek 2 di Palangka Raya pada tanggal 14 Mei 2018.

Subjek Konsumen 3 mengatakan cukup puas dengan pelayanan Rumah makan Wong Solo, menurut subjek 3 makanan yang cari ada sehingga tidak kesulitan mencari makanan yang dicari, berikut merupakan pernyataan yang dikatakan subjek 3:

“Ya saya cukup puas, makan yang saya cari itu ada disini tidak sulit lah menemukannya. Karyawannya sama kita juga ramah, selain makanannya yang enak karyawannya juga ramah dan berpakaian dengan syariat islam”.<sup>115</sup>

Berdasarkan pernyataan yang dikatakan oleh subjek 3, bahwa subjek 3 merasa cukup puas dengan pelayanan rumah makan wong solo, menurut subjek 3 karyawan di rumah makan tersebut ramah, selain makannya yang nyaman, karyawannya juga ramah, dan karyawan mengenakan pakaian yang sesuai dengan syariat islam.

Subjek Konsumen 4 hal demikian juga dikatakan oleh subjek 4 yang mengatakan sebagai berikut:

“Ya saya puas dengan pelayanan wong solo karena sudah menyediakan makanan yang halal dan thayyiban karyawannya juga ramah dan sopan, disini label itu halal thayyiban bukannya hanya lambangnya aja tapi dalam praktiknya juga secara islami”.<sup>116</sup>

Pernyataan yang dikatakan oleh subjek 4, bahwa subjek 4 puas dengan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan wong solo, karena makanan yang disediakan oleh rumah makan sudah diyakininya halal, pelayanan yang diberikan oleh rumah makan, menurut subjek 4 ramah dan sopan, adapun label halalan wa thayyiban di rumah makan wong solo

---

<sup>115</sup>Wawancara dengan Bapak Hidayat selaku Subjek 3 di Palangka Raya pada tanggal 14 Mei 2018.

<sup>116</sup>Wawancara dengan Ibu Fitri selaku Subjek 4 di Palangka Raya pada tanggal 14 Mei 2018.

bukan sekedar semboyan akan tetapi dalam praktiknya pun juga sesuai dengan syariat islam.

Subjek Konsumen 5 juga mengatakan hal demikian, puas dengan pelayanan dari Rumah makan Wong Solo. Berikut pernyataan dari subjek 5:

“Dengan pelayanan wong solo saya puas sangat puas disini pelayan nya ramah enak banget kalo ngomong kayanya dilatih ya seperti itu makanya saya suka kesini selain makanannya yang enak pelayan yang ramah”.<sup>117</sup>

Berdasarkan pernyataan yang dikatakan oleh subjek 5, bahwa subjek 5 merasa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan wong solo karena tutur kata yang baik dalam pelayanan, menu yang disukai oleh subjek 5 ada di rumah makan wong solo.

Hal demikian juga disampaikan lagi oleh subjek Konsumen 6 yang mengatakan sebagai berikut:

“Saya puas karena disini kita dilayanin dengan baik banget, makannya juga enak sebanding aja lah, kalo sedikit saran dari saya agar tempat kalo bulan ramadhan seperti ini tempatnya di perbesar itu memangkan disamping ada tenda tempat makan juga tapi di arahkan gimana baiknya supaya tidak menumpuk di dalam saja, kalo menumpuk didalamnya nanti dikira penuh padahal ada tenda yang disediakan nah seharusnya itu di arahkan kesitu juga”.<sup>118</sup>

Menurut pernyataan yang dikatakan oleh subjek 6 mengatakan, bahwa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan wong solo karena di rumah makan tersebut pelanggan dilayani dengan sangat

<sup>117</sup>Wawancara dengan Saudara Arifin selaku Subjek 5 di Palangka Raya pada tanggal 18 Mei 2018.

<sup>118</sup>Wawancara dengan Saudari Suharti selaku Subjek 6 di Palangka Raya pada tanggal 18 Mei 2018.



baik, saran yang diberikan subjek 6 kepada rumah makan wong solo agar setiap bulan ramadhan tempatnya lebih diperbesar supaya tidak terlalu menumpuk.

Sedangkan Subjek Konsumen 7 mengatakan pelayanan penyajian makanan perlu ditingkatkan lagi, berikut merupakan pernyataan yang dikatakan oleh subjek 7:

“Sejauh ini puas cuman itu perlu ditingkatkan lagi pelayanan penyajiannya agar pelanggan tidak bosan menunggu soalnya pelanggan itu ngga suka menunggu terlalu lama”.<sup>119</sup>

Menurut pernyataan yang dikatakan oleh subjek 7, sejauh ini cukup puas dengan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan wong solo, akan tetapi pelayanan penyajian makanan diperbaiki lagi agar para pelanggan tidak bosan menunggu.

Hal demikian juga disampaikan subjek Konsumen 8 mengatakan sejauh ini puas dengan pelayanan Rumah makan Wong Solo akan tetapi aspek Thayyiban nya perlu diperhatikan lagi karena Thayyiban mencakup semua aspek termasuk aspek kesehatan, berikut merupakan pernyataan yang dikatakan oleh subjek 8:

“Sejauh ini puas ya untuk masukan kedepannya untuk manajemen wong solo disini kan label nya halal thayyiban nah kalo yang saya baca thayyiban itu artinya baik, baik untuk kesehatan juga termasuk kalo tidak salah, coba minta dari balai pengawas makan untuk mengetes makanannya supaya tau kadar kesehatannya dan itu dapat menambah kepercayaan dari pelanggan-pelanggan, coba wong solo dibuat seperti itu juga sekaligus promosi”.<sup>120</sup>

<sup>119</sup>Wawancara dengan Ibu Ayu selaku Subjek 7 di Palangka Rya pada tanggal 21 Mei 2018.

<sup>120</sup>Wawancara dengan Ibu Saidah selaku Subjek 8 di Palangka Raya pada tanggal 21 Mei 2018.

Menurut pernyataan yang dikatakan oleh subjek 8, sejauh ini puas dengan pelayanan rumah makan wong solo. Masukan kedepannya untuk rumah makan wong solo agar lebih mempethatikan aspek thayyibannya karena arti dari thayyiban itu baik. Menurut subjek 8 pernah membaca bahwa thayyiban itu memperhatikan aspek kesehatannya. Subjek menyarankan agar sebuah lembaga mengetes makanan dari rumah makan wong solo agar mengetahui kadar kesehatan makanan yang disajikan agar menambah kepercayaan untuk pelanggan-pelanggan terhadap rumah makan wong solo.

### **C. Analisis Data**

#### **1. Penerapan Konsep Halalan Thayyiban pada Rumah Makan Wong Solo.**

Selain memahami masalah dasar halal-haram, umat Islam juga diharuskan memahami soal-soal yang menyangkut aspek Thayyib (*fit & health*, cocok dan menyehatkan). Tidak seluruh makanan yang halal dimakan ataupun dikonsumsi berarti baik, cocok dan menyehatkan bagi seseorang. Seringkali orang salah mengkonsumsi makanan yang tidak seharusnya dikonsumsi dirinya. Meskipun halal tetapi bila menjadikan bahaya bagi dirinya maka meskipun halal tetapi tidak *thayyib* sehingga tidak boleh memakannya. Apakah karena seorang yang mengkonsumsi menderita penyakit, apakah karena faktor makanannya yang berubah atau didapati mengandung penyakit dan sebagainya. Maka memperhatikan aspek thayyib merupakan keharusan bagi umat Islam.

#### **a. Strategi Pemasaran**

Rumah makan Wong Solo merupakan sebuah Rumah makan adat Jawa yang menerapkan konsep Islami. Disebutkan Islami karena dalam pelaksanaannya Rumah makan Wong Solo menerapkan nilai-nilai Islam semua dalam praktiknya. Seperti, cara berpakaian, memulai kegiatan dan mengakhiri kegiatan selalu melakukan pembacaan kultum, doa, serta mengutamakan sholat secara berjamaah. Dan akhir-akhir Wong Solo menerapkan rumah makan yang syar'i (iman, hijrah, jihad). Seperti rumah makan pada umumnya, Rumah makan Wong Solo juga menerapkan strategi dalam memasarkan produknya, seperti penerapan konsep label Halalan Thayyiban, pemasangan iklan melalui media cetak atau media elektronik. Adapun dampak strategi pemasaran yang diterapkan Rumah makan Wong Solo yaitu calon konsumen dapat dengan mudah mengetahui produk-produk yang dipasarkan Rumah makan Wong Solo sehingga dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk datang ke Rumah makan tersebut. Selain itu label Halalan Thayyiban menjadi ciri khas dari Rumah makan Wong Solo yang menunjukkan jati diri orang Islam untuk mengkonsumsi makanan yang halal.

Strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang di masuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-

variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, *positioning*, elemen bauran pemasaran, dan biaya bauran pemasaran. Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi.<sup>121</sup>

Terkait dengan teori di atas strategi pemasaran yang diterapkan Rumah makan Wong Solo berusaha untuk mencapai tujuannya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan. Sehingga dalam memasarkan produknya Rumah makan Wong Solo mampu mencapai sasaran yang ditargetkan. Tidak heran jika Rumah makan Wong Solo menjadi ramai pelanggan berkat strategi pemasaran yang berkesinambungan.

Strategi pemasaran yang dilakukan Rumah makan Wong Solo sejalan dengan teori strategi pemasaran yaitu suatu cara yang diterapkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya. Sehingga dalam memasarkan produknya Rumah makan Wong Solo akan lebih mudah dan lebih efektif dengan strategi tersebut. Adapun dampak strategi pemasaran yang diterapkan itu untuk mempermudah perusahaan dalam memasarkan produknya, sehingga jumlah pelanggan akan semakin bertambah.

Jadi, menurut penulis strategi pemasaran yang diterapkan mampu menarik minat banyak pelanggan sehingga pelanggan mengetahui produk-produk yang dipasarkan. Label Halalan Thayyiban juga memberikan pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli makanan yang

---

<sup>121</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*, H. 68.

halal. Karena seorang muslim sejati harus memilih makanan yang sesuai dengan anjuran Al-Quran dan Hadist.

#### **b. Penggunaan Label Halalan Thayyiban**

Rumah makan Wong Solo menerapkan label Halalan Thayyiban karena pemilik perusahaan mengutip kesuksesan Al-Quran dan Hadist, beliau meyakini bahwa menggunakan label Halalan Thayyiban dapat membawa keuntungan yang berlipat ganda (dunia maupun akhirat). dalam pelaksanaannya Rumah makan menerapkan nilai-nilai Islami seperti tata cara penyajian diharuskan menggunakan produk-produk yang halal, tata cara berpakaian, sehingga terjamin kehalalan makanan yang disajikan. Dalam pendistribusian produk perusahaan tidak menerapkan pelayanan berbeda dengan konsumen, semua konsumen dilayani dengan sama.

Halal adalah segala sesuatu yang dihalalkan Allah dan Rasul-Nya dalam Al-Quran maupun hadist baik dengan pernyataan tegas maupun dalam bentuk prinsip; yang diperintahkan Allah dan Rasul-Nya, tidak dilarang, tidak membahayakan, atau sesuatu yang didiamkan oleh Allah dan Rasul-Nya.<sup>122</sup> Dalam Al-Quran makan yang halal dijelaskan dalam surah Al-maidah ayat 88 yang berbunyi sebagai berikut:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَلًا طَيِّبًا<sup>ج</sup> وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ

مُؤْمِنُونَ ﴿٨٨﴾

<sup>122</sup>Hasbi Indra, Shalahuddin Hamid, Husnani, Musyafa Ullah ed, *Halal Haram dalam Makanan*, h. 32.

Artinya: “Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezezikkan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya”. (Q.S Al-Maidah 5: 88)<sup>123</sup>

Memahami soal *thayyib* ini maka umat Islam harus memperhatikan aspek ini demi kesehatan. Pada dasarnya termasuk *thayyib* dalam Islam menyangkut masalah-masalah yang berkaitan dengan kesehatan dan kebaikan manusia. *Thayyib* dapat di artikan sebagai berikut:

- 1) *Pertama*, baik, berarti tidak memiliki nilai buruk bagi kesehatan jasmani maupun rohani.
- 2) *Kedua*, menyehatkan, materi yang di konsumsi harus menyehatkan bagi konsumen bila sebaliknya maka harus ia tinggalkan. Atau tidak bertolak belakang dengan kondisi kesehatan seseorang.
- 3) *Ketiga*, tidak membahayakan, dalam perspektif syariah standar ini harus dibakukan dengan standar kualitas makanan yang tidak berbahaya bagi kesehatan manusia.
- 4) *Keempat*, bersih, dalam artian diperoleh dengan cara yang benar dan tidak diperoleh dengan cara yang tidak halal. Ataupun terhindar dari berbagai macam penyakit.<sup>124</sup>

Terkait teori tersebut, penggunaan label Halalan Thayyiban yang diterapkan oleh Rumah makan Wong Solo sejalan dengan teori Halalan

---

<sup>123</sup>Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang Disempurnakan)* Jilid III: Lentera Abadi, 2010.

<sup>124</sup>Hasbi Indra, Shalahuddin Hamid, Husnani, Musyafa Ullah ed, *Halal Haram dalam Makanan*, h. 46-49.



Thayyiban dimana deifinisi Halal adalah segala sesuatu yang dihallowkan Allah dan Rasul-Nya dalam Al-Quran maupun hadist baik dengan pernyataan tegas maupun dalam bentuk prinsip; yang diperintahkan Allah dan Rasul-Nya, tidak dilarang, tidak membahayakan, atau sesuatu yang didiamkan oleh Allah dan Rasul-Nya sedangkan Thayyiban adalah memperhatikan aspek-aspek kesehatan dan kebaikan bagi manusia, akan tetapi rumah makan wong solo perlu memperhatikan aspek kesehatannya lagi, karena thayyiban bukannya hanya baik untuk di konsumsi tetapi juga menyehatkan bagi konsumen.

Jadi menurut penulis, Penggunaan label Halalan Thayyiban merupakan suatu cara bagi perusahaan untuk menarik konsumen untuk memilih makanan yang sesuai anjuran Islam. Disamping itu, label Halalan Thayyiban mengajak konsumen khususnya umat Islam untuk lebih memperhatikan makanan yang akan dikonsumsi.

### **c. Penerapan**

Rumah makan Wong Solo menerapkan strategi dengan konsep rumah adat jawa yang konsep islami. Dalam pelaksanaannya Rumah makan Wong Solo menerapkan nilai-nilai keislaman, seperti cara berpakaian, memulai kegiatan dan mengakhiri kegiatan para karyawan Rumah makan Wong selalu melakukan pembacaan doa, kultum, serta mengutamakan sholat secara berjamaah. Akhir-akhir ini Rumah makan Wong Solo juga menerapkan rumah makan yang syar'i yaitu iman, hijrah, dan jihad. Rumah makan Wong Solo juga menerapkan konsep Halalan Thayyiban dimana

dalam pelaksanaannya Rumah makan Wong Solo menyajikan makanan yang halal sesuai dengan syariat Islam.

Penerapan adalah mempraktekkan, memasang. Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa penerapan merupakan sebuah tindakan yang dilakukan baik secara individu maupun kelompok dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan. Adapun unsur-unsur penerapan meliputi :

1. Adanya program yang dilaksanakan
2. Adanya kelompok target, yaitu masyarakat yang menjadi sasaran dan diharapkan akan menerima manfaat dari program tersebut.
3. Adanya pelaksanaan, baik organisasi atau perorangan yang bertanggung jawab dalam pengelolaan, pelaksanaan maupun pengawasan dari proses penerapan tersebut.<sup>125</sup>

Terkait teori tersebut, penerapan yang dilakukan oleh Rumah makan sesuai dengan teori strategi pemasaran dan Halalan Thayyiban, dimana strategi pemasaran dan Halalan Thayyiban tersebut berdampak positif bagi Rumah makan Wong Solo, dengan menerapkan teori tersebut Rumah makan semakin mudah mencapai targetnya.

Menurut penulis, penerapan yang diterapkan oleh Rumah makan Wong Solo sejalan dengan teori strategi pemasaran dan Halalan Thayyiban dimana dengan menerapkan teori strategi pemasaran dan Halalan Thayyiban

---

<sup>125</sup><http://eprints.uny.ac.id/9331/bab%202.08208241006.Pdf>, pengertian penerapan, h. 1. Diakses pada pukul 08.25, tanggal 29 Juni 2018.

berdampak positif bagi Rumah makan Wong Solo tersebut, dengan menerapkan teori tersebut Rumah makan Wong Solo semakin mudah untuk mencapai targetnya.

#### **d. Dampak**

Hasil dari strategi yang direncanakan memiliki dampak positif dan negatif seperti strategi pemasaran melalui iklan yang membuat calon konsumen dapat dengan mudah mengetahui produk-produk yang dipasarkan Rumah makan Wong Solo sehingga berdampak pada keputusan konsumen untuk datang ke Rumah makan tersebut. Selain itu label Halalan Thayyiban juga berdampak positif yaitu membuat konsumen yang beragama Islam semakin tertarik untuk berkunjung.

Pengertian dampak menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negatif. Pengaruh adalah daya yang ada dan timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Pengaruh adalah suatu keadaan dimana ada hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi.<sup>126</sup>

Terkait teori diatas, hasil dari dampak strategi pemasaran dan Halalan Thayyiban yang diterapkan membuat Rumah makan Wong Solo semakin ramainya di kunjungi konsumen, konsumen tertarik dengan produk-produk

---

<sup>126</sup><http://digilib.unila.ac.id/268/10/BAB%20II.pdf> , pengertian dampak, h. 1. Diakses pada pukul 12.00, tanggal 29 Juni 2018.

yang ditawarkan sehingga mempengaruhi keputusan konsumen untuk datang berkunjung.

Menurut penulis, dampak dari strategi pemasaran dan konsep Halalan Thayyiban yang di terapkan oleh Rumah makan Wong Solo berdampak positif, karena para konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan sehingga berdampak pada semakin banyaknya konsumen yang datang.

## **2. Tanggapan Konsumen terhadap penerapan Label Halalan Thayyiban pada Rumah Makan Wong Solo.**

Adapun tingkat kepuasan konsumen terhadap Rumah makan Wong Solo konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Rumah makan Wong Solo karena dalam pelayanannya Wong Solo menyajikan menu makanan secara cepat sehingga konsumen tertarik untuk makan di Rumah makan Wong Solo. Selain itu label Halalan Thayyiban yang diterapkan oleh Rumah makan Wong Solo tersebut tidak hanya sekedar tulisan, tetapi juga dalam pratik di dalamnya mengandung unsur-unsur keislaman tersebut. Oleh sebab itu, pelanggan yang mayoritas adalah umat Islam tersebut merasa bahwa makanan yang mereka makan sudah sesuai dengan takaran dan anjuran dari Al-Quran dan Hadist.

Secara umum, kepuasan (*satisfication*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspetasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspetasi, pelanggan akan tidak terpuaskan. Jika kinerja memenuhi ekspetasi, maka pelanggan akan sangat puas atau senang. Penilaian pelanggan atas kinerja produk tergantung pada banyak faktor,

terutama jenis hubungan loyalitas yang dimiliki pelanggan dengan semua merek. Konsumen sering membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang sebuah produk dengan merek yang sudah dianggap mereka positif.<sup>127</sup>

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar. Semakin banyak pihak yang menaruh perhatian terhadap hal ini. Pihak yang paling banyak berhubungan langsung dengan kepuasan/ketidakpuasan pelanggan adalah pemasar, konsumen, konsumeris, dan peneliti perilaku konsumen.

Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk, jasa, atau perusahaan tertentu, konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk manufaktur antara lain:

1. Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli, misalnya kecepatan, konsumsi bahan bakar, jumlah penumpang yang dapat di angkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi, dan sebagainya.
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap, misalnya kelengkapan interior dan eksterior, dan sebagainya.

---

<sup>127</sup>Philip Kotler, Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi XIII jilid I*, Jakarta: Erlangga, 2009, h. 138-139.

3. Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai, misalnya mobil tidak sering mogat/macet/rewel/rusak.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya standar keamanan dan emisi terpenuhi.
5. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan beberapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan mobil.
6. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direpasikan; serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual, yang juga mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.
7. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya bentuk fisik mobil yang menarik, model/desain yang artistik, warna, dan sebagainya.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut/ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merek, iklan, dan sebagainya.



Menurut teori di atas tingkat kepuasan konsumen terhadap label Halalan Thayyiban pada Rumah makan Wong Solo konsumen merasa terpuaskan dengan label Halalan Thayyiban yang diterapkan oleh Rumah makan Wong Solo sehingga konsumen merasa yakin dengan makanan yang mereka makan *Halal* dan baik. Akan tetapi rumah makan wong solo perlu memperhatikan lagi aspek kesehatan dari makanan yang disajikan, karena dalam teori Thayyiban tidak hanya mencakup aspek kebaikannya akan tetapi menyeluruh menyehatkan dan tidak membahayakan bagi pengkonsumsinya.

Jadi menurut penulis, tingkat kepuasan konsumen terhadap label Halalan Thayyiban yang diterapkan oleh Rumah makan Wong Solo mendapat tanggapan positif dari konsumen. Konsumen merasa puas dan yakin dengan makanan yang sajikan di Rumah makan Wong Solo tersebut sesuai dengan anjuran Al-Quran dan Hadist. Konsumen yang mayoritas umat Islam tentu akan memilih Rumah makan yang menyajikan makanan dengan konsep Halalan Thayyiban karena sesuai dengan anjuran Islam, untuk itu pelayanan yang diberikan perlu ditingkatkan lagi agar konsumen merasa kerasan dengan apa yang di sajikan oleh rumah makan Wong Solo.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis penelitian yang dilakukan oleh peneliti uraikan, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan konsep Halalan Thayyiban yang diterapkan oleh Rumah makan Wong Solo merupakan suatu strategi khusus yang digunakan untuk menarik minat konsumen agar datang membeli produk Rumah makan Wong Solo. Label Halalan Thayyiban sebagai strategi pemasaran tentunya tidak hanya sekedar tulisan terpampang tetapi juga kepada praktik penerapannya, baik untuk pemilik, karyawan, maupun kepada seluruh konsumen. Label Halalan Thayyiban harus menjiwa pada seluruh aspek kehidupan manusia.
2. Tanggapan konsumen terhadap penerapan konsep Halalan Thayyiban mendapat tanggapan positif dari para konsumen. Mengingat Rumah makan Wong Solo tidak hanya menjadikan konsep Halalan Thayyiban sebagai slogan penarik minat konsumen, tetapi juga sebagai slogan dalam kehidupan.

#### **B. Saran**

Adapun saran yang dapat peneliti berikan berdasarkan hasil penelitian dan analisis penelitian tersebut sebagai berikut:

1. Untuk strategi pemasaran yang diterapkan kedepannya harus lebih merambah kepada media elektronik maupun media cetak lainnya seperti

televisi, radio, dan media cetak lainnya sehingga dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas.

2. Kepada pemilik Rumah makan Wong Solo peneliti menyarankan agar kedepannya agar kebersihannya tetap di jaga dan sistem pelayanan lebih ditingkatkan lagi terutama dalam hal penyajian makanan.
3. Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat dijadikan sebagai suatu bahan rujukan dalam mengembangkan potensi yang dimiliki oleh Rumah makan Wong Solo dalam merumuskan strategi pemasaran. Di samping itu, peneliti juga berharap agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai sebuah sumber referensi bagi penelitian-penelitian yang terkait dengan selanjutnya.



## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Abi Abdillah Muhammad bin Ismail Al-Bukhari, *Shohih Bukhrari Juz I*, Bairut: Darul Fiqri, 2006.
- Afifuddin, Beni Ahmad Saebani, *Metodoogi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia, 2012.
- Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Teras, 2011.
- Badan Perencana Pembangunan Daerah Kota Palangka Raya dan Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya, *Kota Palangka Raya Dalam Angka (Palangka Raya City In Figures 2017)*, Palangka Raya: Grahamedia Design, 2007.
- Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*, Yogyakarta: Andi, 2008.
- Hasbi Indra, Shalahuddin Hamid, Husnani, Musyafa Ullah ed, *Halal Haram dalam Makanan*, Jakarta: Penamadani, 2004.
- Hamid Patilima, *Motode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfa Beta, 2011.
- John C. Mowen, Michael Minor, *Perilaku Konsumen Jilid II Edisi V*, Jakarta: Erlangga, 2002.
- Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang Disempurnakan) Jilid I*, Jakarta: Lentera Abadi, 2010.
- Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang Disempurnakan) Jilid II*, Jakarta: Lentera Abadi, 2010.

Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang Disempurnakan) Jilid III*, Jakarta: Lentera Abadi, 2010.

Muhammad Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam*, Surabaya: Bina Ilmu, 2003.

M. Djunaidi Ghony dan Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012, cet ke-1.

Pemerintah Kota Palangka Raya, *Selayang Pandang Kota Palangka Raya Tahun 2006*, Palangka Raya: t.p, 2006

Philip Kotler, Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi XIII jilid I*, Jakarta: Erlangga, 2009.

Richard F. Gerson, *Mengukur kepuasan pelanggan*, Jakarta: PPM, 2002.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: AlfaBeta, 2014, cet ke-2.

Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: AlfaBeta, 2010, cet ke-6.

## **B. Internet**

<http://ayambakar01.blogspot.co.id/2009/11/sejarah-dan-perkembangan.html>  
di unduh pada tanggal 20 April 2018 pukul 20.15.

<http://digilib.unila.ac.id/268/10/BAB%20II.pdf> , pengertian dampak, h. 1.  
Diakses pada pukul 12.00, tanggal 29 Juni 2018.

<http://eprints.uny.ac.id/9331/bab%202.08208241006>. Pdf, pengertian  
penerapan, h. 1. Diakses pada pukul 08.25, tanggal 29 Juni 2018.

<http://www.wongsolo.com/about-us/> diunduh pada tanggal 11-4-2018 pukul  
20:25 WIB.

<http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisd/doc/Bab2/2013-1-00190-MN%20Bab2001.pdf>, Definisi strategi, h. 1. Diakses pada pukul 15.00, tanggal 04 Juli 2018.

Muhammad Aldio, *Sejarah Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah (1950 - 1972)*, <http://coretcoretдоang.blogspot.co.id/2015/10/sejarah-kota-palangka-raya-kalimantan.html>, diunduh pada tanggal 10-4-2018 pukul 18:25 WIB.

### C. Jurnal

Dimas Hendika, Zainul Arifin, Sunarti, Analisis Strategi Pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada batik diajeng Solo) Vol 29 No 1, *Administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id*, 2015

Iskandar Mirza, *Strategi manajemen usaha pedagang makanan orang jawa di Makassar*, Makassar: Universitas Hasanuddin, 2014.

Pratama Adipriyono, *Strategi Manajemen peningkatan mutu prestasi non akademik siswa SDIT Harapan Bunda Purwokerto*, Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2016.

Umi Dwi Pertiwi, *Strategi Penyiaran TVKU Semarang sebagai televisi pendidikan alternatif*, Surakarta: Institut Seni Indonesia, 2014.